

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА  
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ТАДЖИКИСТАНА**

УДК: 339.138 (575.3)  
ББК: 65.05  
Х-98

*На правах рукописи*

**ХУДОЁРОВ ШАХРИЁР ХУДОЙКУЛОВИЧ**

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ДИСТРИБЬЮТОРСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ  
(на материалах Республики Таджикистан)**

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата экономических наук по специальности

08.00.10 - Менеджмент, маркетинг и ценообразование (маркетинг)

**Душанбе – 2023**

Диссертация выполнена на кафедре экономической теории и предпринимательства Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана

**Научный руководитель:** **Давлатзода Кудрат Камбар** - доктор экономических наук, профессор, ректор Таджикского технического университета имени академика М.С.Осими

**Официальные оппоненты:** **Факеров Хамидуллохон Нуриддинович** - доктор экономических наук, профессор кафедры экономики предприятий и предпринимательства Государственного финансово-экономического университета Таджикистана

**Сарабекова Изолат Закратовна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Таджикского национального университета

**Ведущая организация:** Таджикский аграрный университет имени Ш.Шохтемур

Защита диссертации состоится 12 сентября 2023 года в 13<sup>00</sup> на заседании Диссертационного совета 6Д.КОА-063 при Международном университете туризма и предпринимательства Таджикистана по адресу: 734055, Республика Таджикистан, г. Душанбе, улица Борбада 48/5. E-mail: [a\\_ismoilov@mail.ru](mailto:a_ismoilov@mail.ru); Телефон учёного секретаря: +992907755655.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на официальном сайте Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана - <http://www.iutet.tj>.

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_соли 20\_\_ года.

**Ученый секретарь**  
диссертационного совета,  
кандидат экономических наук, доцент



**Исмоилов А.А.**

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы диссертационной работы.** В современных условиях развития экономики Республики Таджикистан важное место занимает правильное сочетание основных элементов маркетинга в производственно-сбытовой деятельности производственных предприятий и организаций, среди которых особое место занимает дистрибьюторская деятельность. Во многих стран с развитой рыночной экономикой дистрибьюторская деятельность является одним из динамично развивающимся элементов маркетинговой и логистической деятельности, от которого во многом зависит эффективность функционирования рынка товаров и услуг. В Республике Таджикистан оно является новым направлением развития маркетинга, который охватывает совокупность повторяющихся действий в процессе продвижение товара.

Роль дистрибьюторской деятельности очень значительна для развития производственной предпринимательской деятельности в Республике Таджикистан, которая позволяет сформировать благоприятные условия для ускоренного развития сбытовой деятельности и повышения его эффективности, которые, в свою очередь, обеспечат достижения устойчивого экономического роста в стране.

Перспективы развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан зависит от расширения производственного потенциала производителей товаров, в том числе продовольственных, и состояния потребительского рынка в стране.

Создание различных систем дистрибуции и поставок в рыночной экономике повысит объем продаваемой продукции. Наряду с этим, для любой страны одной из актуальных задач в сфере достижения благосостояния является вопрос обеспечения продовольствием.

Как отмечает в своем Послании Основатель мира и единства - Лидер нации, Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон, «Нынешняя сложная ситуация, особенно жёсткий продовольственный кризис в более четверти стран мира, вынуждает нас принять дополнительные меры по обеспечению четвертой стратегической цели – защиты продовольственной безопасности»<sup>1</sup>.

Кроме того, поставленная задача в рамках Национальной стратегии развития Таджикистана на период до 2030 г. относительно обеспечения продовольственной безопасности и доступа населения к качественному питанию<sup>2</sup>, зависит от функционирования эффективной системы дистрибуции, гарантирующий доставку необходимого объема продовольствия в наиболее короткие сроки.

Дистрибьюторская деятельность является важным связующим звеном между производителем и потребителем, играя важную роль в реализации продовольственных товаров. Организация эффективной системы распределения внесет значительный вклад в улучшение уровня жизни населения страны посредством предоставления ими широкого выбора при приобретении продовольственных товаров и сопутствующих услуг.

Следовательно, в условиях Республики Таджикистан традиционный метод реализации продаваемой продукции является неэффективной и нуждается в изменениях, которые способствуют созданию инновационной системы дистрибуции товаров, исходя из возможностей и потенциала данного рынка.

Исходя из этого, вопрос формирования и развития дистрибьюторской деятельности и необходимость разработки адекватной системы управления дистрибьюторской деятельностью, определили выбор темы исследования, ее актуальность и практическую значимость.

**Степень изученности научной темы.** Исследованию вопросов роли и значения дистрибьюторской деятельности в экономике, организации системы распределения товаров между производителями и потребителями посвящены научные труды российских и зарубеж-

<sup>1</sup> Послание Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона «Об основных направлениях внутренней и внешней политики республики» 23.12.2022, город Душанбе. Электронный ресурс: <http://www.president.tj>

<sup>2</sup> Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года – с.9

ных ученых, таких как А. Тоджман, А.В. Пархоменко, А.В. Цыганцов, А.И. Наимова, А.О. Сеницын, А.С. Налетова, Г. Армстронг, Д.А. Бессонов, Д.В. Чернова, Д.В. Чулков, Д.Н. Савинская, Е.А. Семенчин, Ж.К. Тарондо, И.В. Кочура, К.В. Анциборко, М. Горбачев, М.В. Цапенко, М.Х. Ибрагимова, Н.В. Астафьева, Н.И. Войткевич, О.А. Новиков, О.В. Мартякова, П.Г. Грабовый, Р.М. Качалов, Р.С. Исаев, С. Р. Джавадин, С. Уилер, С.А.Уваров, Ф. Котлер, Ф.М. Белз, Х. Картайя, Ц. Флоресцу, Э. Хирш, Я. Газин и др.

Значительный вклад в развитии теоретико-методологических вопросов организации и управления сбытовой деятельностью внесли такие иностранные ученые, как: Д. Ксардель, Евгений Голубин, Ж.К. Тарондо, К. Ролницки, Т.И. Сорокина и др.

Проблемы формирования и развития отдельных аспектов рынка дистрибьюторской деятельности и эффективное управление дистрибьюторской и оптовой деятельностью на рынке посреднических услуг нашли отражение в трудах отечественных ученых-экономистов Таджикистана А.Б. Мирсаидова, А.Д.Ахророва, А.К. Наджибуллоева, А.Р. Курбонова, А.С. Ахмедова, Абдулкарим Мукаддим, Б.М. Джумъева, Г.Б. Камарова, Г.Дж. Джурабаева, Дж. Ниёзова, З.Х. Лолаева, К.Р. Ашурова, М.М. Мариншоева, М.М. Шарипова, М.С. Тулиева, Н.Я. Якубова, П. Ходжаева, Р. К. Раджабова, Р.К. Рахимова, С. Комарова, С.Н. Аминова, Т. Дж. Усмановой, Т.Д. Низамовой, Т.Х. Каримовой, Ф. Мирзоахмедова, Ф.Р. Шаропов, Х.Н. Факерова и др.

Однако комплексное исследование вопросов, связанных с формированием и развитием дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан до сих пор не проводилось.

**Связь исследования с программами (проектами) или научными темами.** Тема диссертационной работы связана с государственными программами «Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года», «Стратегия развития промышленности в Республике Таджикистан на период до 2030 года», а также с научно-исследовательским планом Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана.

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Цель исследования.** Целью диссертационной работы является изучение теоретических основ формирования и развития дистрибьюторской деятельности как современной формы посредничества между производителем товаров и потребителем дистрибьюторских услуг, а также разработка методических подходов по организации и эффективному управлению дистрибьюторской деятельностью на рынке продовольственных товаров Республики Таджикистан.

**Задачи исследования.** Для достижения поставленных целей нами в диссертации определены следующие задачи:

- исследовать теоретико-методические аспекты формирования и развития дистрибьюторской деятельности и определить ее место в системе рыночной экономики;
- изучить зарубежный опыт формирования и развития дистрибьюторской деятельности;
- оценка современного состояния и тенденций развития рынка дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;
- осуществить экономико-математическое моделирование параметров рынка дистрибьюторской деятельности с учетом факторов, влияющих на становление и развитие рынка дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;
- определить основные направления и перспективы развития рынка дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;
- разработка теоретических и практических рекомендаций по совершенствованию механизма развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан.

**Объектом исследования** выступает хозяйственная деятельность дистрибьюторских компаний и организаций в Республике Таджикистан.

**Предметом исследования** являются теоретические и методические вопросы развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан.

**Гипотеза исследования** состоит в том, что правильный выбор каналов дистрибуции повышает эффективность продвижения товара от производителей к точкам розничной торговли, снижает альтернативные издержки в области сбыта и способствует своевременному и более качественному удовлетворению потребностей конечного потребителя товаров.

**Теоретическими основами исследования** послужили достижения отечественной и зарубежной экономической науки, официальные информационные материалы Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, а также материалы ряда международных и республиканских конференций, семинаров, круглых столов, результаты монографий и научных публикаций по вопросам развития дистрибьюторской деятельности и др.

**Методологические основы исследования** базируются на использовании диалектического, комплексного, многофакторного методов исследования и SWOT-анализа. Используются также следующие методы экономического анализа: анкетирование, экспертные оценки, экономико-математические модели, прогнозирование, регрессионный анализ и др. Все это позволили оценить достоверность и обоснованность полученных результатов, сформировать выводы и рекомендации.

**Информационной базой диссертационного исследования** явились программы, разработанные и принятые за последние годы государственными органами управления республики, данные Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан, а также личные наблюдения автора диссертационной работы.

**База исследования.** Диссертационное исследование было выполнено на кафедре экономической теории и предпринимательской деятельности Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана.

**Научная новизна диссертационной работы.** В диссертационном исследовании впервые получены результаты по совершенствованию системы дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан, способствующие эффективному и своевременному распределению продовольственных товаров от производителя к потребителю с учетом создания и управления эффективных каналов дистрибуции.

В том числе:

- уточнены теоретико-методические аспекты формирования и развития дистрибьюторской деятельности, предложено авторское определение рынка дистрибуции как современной формы посредничества, состоящая из последовательно повторяющихся действий по продвижению товаров от производителя к конечным потребителям с целью своевременной доставки товара в точки розничной торговли и его сбыта на основе развития взаимоотношений всех субъектов посреднического процесса в рамках дистрибьюторского договора, а также уточнено место и значение дистрибьюторской деятельности на рынке продовольственных товаров;

- на основе изучения зарубежного опыта формирования и развития дистрибьюторской деятельности предложен подход к формированию системы дистрибуции как эффективного метода сбытовой деятельности в Республике Таджикистан, выделены наиболее подходящие модели развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;

- дана оценка современному состоянию и тенденциям развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан на основе анализа производственного потенциала продовольственных предприятий и тенденций развития потребительского рынка;

- разработана экономико-математическая модель развития дистрибьюторской деятельности с учетом факторов, влияющих на становление и развитие дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;

- определены основные направления и перспективы развития рынка дистрибьюторских услуг в Республике Таджикистан с учетом обоснования организационно экономического механизма совершенствования системы локализации производства в зависимости от потребностей местного населения и распределения продуктов питания в сельских и городских территориях, актуальности расширения географии рынка дистрибьюторской деятельности, повышения роли торговых ассоциаций и социальных институтов в дистрибуции продовольственных товаров, совершенствования системы управления каналов дистрибуции, повышения качества контроля деятельности поставщиков, совершенствования инфраструктуры рынка дистрибьюторской деятельности, создания более эффективных и динамичных каналов хранения, обработки и сбыта продуктов питания и др.;

- предложены авторские научно-методические и практические подходы к формированию эффективной системы дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан, учитывающая оптимальные принципы взаимодействия между субъектами прямого и косвенного канала дистрибуции и способствующая созданию необходимых условий для перемещения товара от производителя к потребителю.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

- уточнены теоретико-методические основы исследования формирования и развития дистрибьюторской деятельности;

- предложен подход к формированию системы дистрибуции как эффективного метода сбытовой деятельности в Республике Таджикистан, а также выделены наиболее подходящие модели развития рынка дистрибьюторской деятельности на базе опыта зарубежных стран;

- дана оценка современному состоянию и тенденциям развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;

- разработана экономико-математическая модель развития дистрибьюторской деятельности с учетом факторов, влияющих на становление и развитие дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;

- определены основные направления и перспективы развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан;

- предложены научно-практические рекомендации по формированию эффективной системы дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан.

**Теоретическая и научно-практическая значимость результатов исследования** определяется возможностью использования полученных результатов государственными органами при разработке социально-экономических программ развития сферы маркетинга, основных направлений и перспектив развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, совершенствование механизма государственного регулирования дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, а также возможностью их использования в качестве лекционного материала. Материалы, содержащиеся в диссертации, представляют интерес для специалистов сферы маркетинга и отделов сбыта.

**Степень достоверности результатов исследования** обеспечивается тщательным анализом соответствующей литературы и исследований, опубликованных в специальной литературе по теме диссертации.

Достоверность результатов обеспечивается проведенным автором эмпирических исследований на основе использования методов сбора и обработки информации, апробацией результатов работы на международных и республиканских конференциях.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.** Новизна и результаты диссертационного исследования соответствуют следующим пунктам Паспорта номенклатуры специальностей ВАК при Президенте Республики Таджикистан по специальности 08.00.10 - Менеджмент, маркетинг и ценообразование (маркетинг): 1.6. Формирование и развитие интеграционных систем маркетинговой информации, управление отношениями с потребителями; 1.16. Стратегия и методы организации маркетинговых каналов распределения

товаров и услуг; 1.17. Формирование эффективной системы распределения товаров в компании, управление продажами в современных условиях рыночной среды; 1.18. Развитие дистрибьюторской деятельности и дилерских сетей реализации товаров и услуг, оптовые и розничные сети, сетевой маркетинг; 1.24. Управление продвижением товаров и услуг, в том числе управление выставочной деятельностью.

**Личный вклад соискателя.** Все этапы реализации плана диссертационной работы проводились при непосредственном участии автора, такие как, разработка темы, ее обоснование и актуальность, цель и задачи работы. Автор внес вклад в исследование теоретико-методических основ исследования роли и значения дистрибьюторской деятельности в условиях рынка, в оценке современного состояния и тенденции развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, в определении основных направлений и перспектив развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан.

**Апробация и внедрение результатов диссертации.** Основные выводы и результаты диссертационного исследования прошли апробацию на международных, республиканских и межвузовских научно-практических конференциях, а также научных семинарах в Международном университете туризма и предпринимательства Таджикистана.

Теоретические и практические положения диссертации были использованы в учебном процессе при преподавании курсов «Маркетинг», «Маркетинг в сферах и отраслях деятельности», «Логистика», «Международный маркетинг», «Международная логистика», «Международная торговля», «Менеджмент и маркетинг», «Организация и развитие торговли», «Стратегия и тактика управления организацией», «Стандартизация и управление качеством обслуживания» в Международном университете туризма и предпринимательства Таджикистана.

**Публикации по теме диссертации.** По теме диссертации автором опубликованы 43 работ общим объемом 19,75 п.л., в том числе 7 в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК при Президенте Республики Таджикистан.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. Работа изложена на 192 страницах машинописного текста, иллюстрирована 27 таблицами, 20 рисунками и 1 диаграмма. Список использованной литературы содержит 197 наименований.

## **ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Во введении** отражены актуальность темы и степень изученности проблемы, цель и задачи, объект и предмет исследования, теоретическая и практическая основа, источник информации, достоверность результатов исследования, научная новизна и практическая значимость, апробация и реализация результатов исследования, публикации и структура диссертации.

**В первой главе «Теоретико-методические аспекты формирования и развития дистрибьюторской деятельности в современных условиях»** исследованы теоретические вопросы формирования и развития дистрибьюторской деятельности в современной экономике, уточнено место и роль дистрибуции в системе рыночной экономики, рассмотрен зарубежный опыт регулирования деятельности дистрибьюторских компаний.

Одним из эффективно развивающихся сфер товарного обращения в условиях рынка во всех странах мира является дистрибьюторская деятельность. Своевременная доставка товаров от производителей к точке розничной торговли невозможно без эффективно функционирующего механизма дистрибуции. Исходя из этого, для эффективного продвижения и реализации товаров на рынке особое значение имеет дистрибьюторская деятельность.

Проведенное исследование показало, что в сегодняшней деловой среде большинство производителей не продают свои товары напрямую конечным потребителям, а сотрудничают с маркетинговыми посредниками.

В работе раскрыто понятие дистрибьюторской деятельности, уточнены его особенности в потребительских и промышленных рынках, уточнены факторы, влияющие на каналы распределения, дана авторская классификация стратегии доставки товаров от производителей к потребителям.

Отмечается, что при разработке маркетинговой системы необходимо уделять особое внимание анализу потребностей клиентов, определять их нужды и принимать меры по их удовлетворению.

В работе раскрыты сущность основных моделей распределительных сетей, выявлены отличительные особенности дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан и за рубежом в зависимости от стиля, формы и структуры распределения товаров. Автором раскрыты специфические особенности и проблемы развития дистрибьюторского канала в Республике Таджикистан. Доказаны преимущества использования каналов сбыта в увеличении охвата рынка, улучшении обслуживания клиентов, увеличении объема продаж и повышении общей производительности компаний.

В диссертации обоснована роль дистрибьюторской деятельности в удовлетворении потребностей клиентов, расширении их потребительской корзины товарами и услугами, уточнены основные предпосылки появления дистрибуции, предложены основные направления дистрибьюторской деятельности (рисунок 1).



Рисунок 1. Основные направления дистрибьюторской деятельности

**Источник:** Составлено автором

В работе приведен маркетинговый подход определения понятия дистрибьюторской деятельности, уточнены основные функции дистрибьюторов в процессе логистики и посреднической деятельности. Понятие дистрибуция рассмотрена как предоставление услуг, связанное с процессом продвижения продукции от изготовителя к конечному потребителю.

Автором выделены регулярный и нерегулярный тип дистрибьюторской деятельности, прямые или многоуровневые методы распространения товарной продукции, а также раскрыты экономические и функциональные показатели, определяющие роль и место дистрибьютора в системе рыночной экономики. В работе раскрыты особенности осуществления дистрибьюторской деятельности и приведена авторская классификация видов дистрибьюторской деятельности.

В работе сделан вывод о том, что наряду с организацией производственного процесса в компании, важное место отводится системе сбыта и дистрибьюторской деятельности. От-



мечается, что эффективность работы дистрибьюторских компаний зависит от пяти основных элементов, которые, могут повлиять на результаты сбытовой деятельности, таких как: стратегия, партнёры, ценообразование, логистика и контроль.

На основе анализа зарубежного опыта регулирования деятельности дистрибьюторских компаний, автором разработана модель дистрибуции. Отмечается, что для предоставления продукции на рынке, находящихся за пределами страны, необходимо учесть не только экономическую выгоду, но и культуру и традиции данного рынка, правовые формы предпринимательской деятельности для иностранных компаний, налоговые и другие административные нюансы, включая вероятность всех рисков относительно такой деятельности. Это позволяет принимать правильное управленческое решение и обеспечить эффективность работы системы сбыта.

На основе исследования зарубежного опыта формирования и развития дистрибьюторской деятельности, сделан вывод о том, что среди исследуемых стран более приемлемой для Таджикистана является опыт российского рынка дистрибьюторских услуг относительно формирования национального сегмента дистрибьюторской деятельности.

**Во второй главе «Современное состояние и перспективы развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан»** дана оценка тенденции развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, уточнены факторы, влияющие на становление и развитие дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, проведено экономико-математическое моделирование факторов дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан.

Отмечается, что дистрибьюторская деятельность в Республике Таджикистан является одной из самых динамично развивающихся элементов маркетинговой деятельности. Важность дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан определяется его производительной мощностью. Создание различной системы дистрибуции и поставок в будущем повысило бы объем продаваемой продукции и формирования сети сбыта во всех регионах Республики Таджикистана.

Анализ показал, что в условиях Республики Таджикистан традиционный метод реализации продаваемой продукции является неэффективным и нуждается в изменениях, которые способствуют созданию инновационной системы дистрибуции товаров, исходя из возможностей и потенциала рынка дистрибьюторских услуг.

Для определения потенциала рынка дистрибьюторских услуг в работе проведен анализ экономических показателей продовольственных предприятий. Одним из важнейших показателей здесь выступает динамика роста оборота розничной торговли в стране (табл. 1).

**Таблица 1. - Динамика оборота торговли в Республике Таджикистан по 2012-2021 гг. в фактических ценах, млн. сомони**

| Показатели                                                                      | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019    | 2020    | 2021    |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Розничная торговля магазинов продовольственными и непродовольственными товарами | 1959,1 | 3165,3 | 3714,6 | 4227,8 | 4691,6 | 5470,2 | 5666,0 | 6609,4  | 7231,5  | 8421,2  |
| Розничная торговля через продовольственные, вещевые и смешанные рынки           | 4903,5 | 5861,1 | 6413,9 | 7132,6 | 8080,6 | 8835,6 | 8923,7 | 10410,4 | 11276,4 | 12795,8 |

**Источник:** Составлено автором по: Статистический ежегодник Республики Таджикистан -Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Душанбе: 2022.-С. 342

Как показывают данные таблицы 1, в 2021 г. доля розничных торговых сетей в формировании оборота продовольственных и непродовольственных товаров составила 8421,2 млн. сомони и выросла в 4,2 раза по сравнению с 2012 г. В этот период доля розничных рын-

ков в формировании продовольственных, вещевых и смешанных товаров составил 12795,8 млн. сомони и по сравнению с 2012 годом увеличилась более чем на 260%.

Высокая тенденция увеличения доли розничных торговых сетей в формировании товарооборота в последние годы сохраняется, что говорит о повышении их роли в реализации произведенных товаров. Данная тенденция свидетельствует о том, что в стране имеется хорошая перспектива для развития дистрибьюторской деятельности.

Анализ показал, что объем розничной торговли продовольственных товаров и доля добавленной стоимости в конечном пункте реализации товаров зависит от объема производства пищевой продукции и местоположения основных товаропроизводителей.

В работе автором проведен анализ тенденций развития дистрибьюторской деятельности в реализации товаров ежедневного потребления, таких как колбасные изделия, животное масло, цельномолочная продукция, мука, растительное масло, безалкогольные напитки и др. (табл.2).

**Таблица 2. - Объем производства пищевой продукции за 2017-2021 гг. в Республике Таджикистан по перечню продуктов**

| Наименование продукта                                     | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | Сравнение (%) 2017-2021 |
|-----------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------------|
| Колбасные изделия – тонн                                  | 4942  | 4629  | 5039  | 7057  | 5952  | 120%                    |
| Животное масло тонн                                       | 212,0 | 153,6 | 175,0 | 106,6 | 103,0 | 0,48%                   |
| Макаронные изделия, тыс. тонн                             | 4,6   | 4,4   | 3,4   | 6,0   | 9,5   | 200%                    |
| Цельномолочная продукция в пересчете на молоко, тыс. тонн | 14,4  | 14,6  | 15,2  | 15,4  | 16,4  | 113%                    |
| Растительное масло, тонн                                  | 12,7  | 16,3  | 21,6  | 23,9  | 23,6  | 185%                    |
| Минеральная вода, тыс. дал.                               | 1520  | 1533  | 1664  | 1232  | 1820  | 119%                    |
| Вино виноградное, тыс. дал.                               | 10,9  | 13,1  | 10,1  | 16,4  | 17,6  | 161%                    |
| Безалкогольные напитки -декалитр                          | 7087  | 11198 | 12683 | 12358 | 17188 | 242%                    |
| Кондитерские изделия, тонн                                | 12,8  | 13,9  | 15,3  | 17,4  | 31,3  | 244%                    |
| Консервы, млн. условных банок                             | 22,7  | 23,6  | 27,1  | 62,4  | 66,5  | 292%                    |

**Источник:** Составлено автором по: Статистический ежегодник Республики Таджикистан - Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Душанбе: 2022.-С. 264

Исследование состояния рынка производства пищевой продукции в последние годы показало, что в стране созданы необходимое число производственных предприятий, позволяющие обеспечить часть внутреннего рынка товарами отечественного производства. За последние годы наблюдается рост в производстве следующих продуктов пищевой промышленности по сравнению с 2017 годом: колбасные изделия составили 120%, макаронные изделия - 200%, цельномолочная продукция в пересчете на молоко - 113%, растительное масло - 185%, минеральная вода - 119%, вино виноградное - 161%, безалкогольные напитки - 242%, кондитерские изделия - 244%, консервы - 292%.

Анализ динамики изменения индекса потребительских цен в Республике Таджикистан показал, что за последние 10 лет наблюдается рост цен только на такие продукты как: животное масло - 2%, макаронные изделия, растительное масло- 67%, яйца - 7%, мука - 2% и хлеб пшеничный - 4% а цены других продуктов снизились по сравнению с 2012 годом (таблица 3).

**Таблица 3 - Индекс потребительских цен в процентах к предыдущему году, %**

| Наименование продукта                  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|----------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Сводный индекс потребительских цен     | 105,8 | 105,1 | 106,1 | 105,8 | 105,9 | 107,3 | 103,8 | 107,9 | 108,6 | 109,0 |
| На продукты питания (включая алкоголь) | 103,6 | 105,4 | 107,5 | 106,8 | 105,0 | 109,1 | 102,5 | 111,0 | 111,7 | 110,3 |
| Колбасные изделия                      | 110,5 | 102,6 | 104,2 | 106,2 | 103,3 | 104,6 | 105,3 | 104,7 | 103,3 | 101,3 |
| Животное масло                         | 104,2 | 101,3 | 106,5 | 117,3 | 110,9 | 109,1 | 124,9 | 104,6 | 111,0 | 106,4 |
| Макаронные изделия                     | 102,2 | 107,6 | 100,5 | 108,9 | 114,9 | 102,0 | 99,7  | 107,2 | 125,7 | 107,8 |
| Молоко и молочные продукты             | 113,9 | 107,3 | 101,5 | 101,7 | 102,8 | 103,9 | 104,0 | 104,0 | 106,5 | 107,6 |
| Растительное масло                     | 93,3  | 96,2  | 101,0 | 108,7 | 115,9 | 105,1 | 98,6  | 99,8  | 109,8 | 156,0 |
| Яйца                                   | 105,6 | 101,9 | 103,9 | 99,4  | 106,3 | 103,9 | 102,6 | 104,0 | 108,8 | 113,3 |
| Мука                                   | 101,2 | 114,6 | 98,3  | 120,8 | 98,8  | 99,7  | 98,5  | 121,8 | 124,1 | 103,9 |
| Рис                                    | 115,5 | 98,6  | 112,8 | 110,0 | 99,1  | 88,7  | 108,0 | 118,9 | 101,9 | 95,8  |
| Хлеб пшеничный                         | 100,8 | 101,6 | 100,4 | 107,1 | 104,2 | 99,7  | 96,5  | 110,0 | 124,1 | 105,1 |

**Источник:** Составлено автором по: Статистический ежегодник Республики Таджикистан - Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Душанбе: 2022.-С. 145

В работе установлены региональные факторы, влияющие на деятельность ведущих дистрибьюторских предприятий на примере ООО «Таджеро» и ООО «Алика» (таблица 4). Сделан вывод о том, что правильная оценка влияния вышеприведенных факторов позволит эффективнее управлять каналами дистрибуции.

**Таблица 4. - Группа региональных факторов, влияющих на развитие дистрибуции**

| Группы региональных факторов   | Факторы покупательской способности (Крр)                                                          | Факторы структуры рынка (Кмс)                                                            | Факторы развития дистрибуции (Кдд)                                                                                          |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Подгруппы                      |                                                                                                   |                                                                                          |                                                                                                                             |
| <b>1. Показатели региона</b>   | Крр1                                                                                              | Кмс1                                                                                     | Кдд1                                                                                                                        |
|                                | <b>Население</b><br>Доля населения региона в общем населении страны                               | <b>Специализация региона</b><br>Доля локальных конкурентов в общей емкости рынка региона | <b>Транспортная доступность</b><br>Уровень транспортной доступности (плотность дорог относительно среднего значения страны) |
| <b>2. Показатели населения</b> | Крр2                                                                                              | Кмс2                                                                                     | Кдд2                                                                                                                        |
|                                | <b>Доходы и расходы</b><br>Доля доходов населения региона в общем объеме доходов населения страны | <b>Потребление</b><br>Темп роста конечного потребления домашних хозяйств                 | <b>Урбанизация</b><br>Доля городского населения региона в общем городском населении страны                                  |

|                                         |                                                                                                      |                                                                                   |                                                                                                        |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3. Показатели розничной торговли</b> | Кpp3                                                                                                 | Кms3                                                                              | Kdd3                                                                                                   |
|                                         | <b>Оборот торговли</b><br>Доля товарооборота розничной торговли региона в общем товарообороте страны | <b>Формат торговли</b><br>Доля сетевой торговли в общем количестве торговых точек | <b>Структура торговли</b><br>Доля количества торговой точки региона в количестве торговых точек страны |

**Источник:** // Составлено автором

В работе уточнены организационные, технические, логистические риски в деятельности дистрибьюторских предприятий. Автором выявлены основные факторы риска в каналах распространения продовольственных товаров, а также определен уровень их влияния на деятельность дистрибьюторских фирм.

На основе анализа и обобщения различных методов управления хозяйственными рисками, автором разработаны рекомендации по выбору методов управления хозяйственными рисками на предприятиях дистрибьюторских услуг Республики Таджикистан, которые отражены в таблице 5.

**Таблица 5. - Рекомендации по управлению факторов, которые влияют на деятельность дистрибьюторских компаний**

| <b>Наименование факторов</b>                                                                                       | <b>Рекомендуемые методы управления факторами</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Изменения политической ситуации в стране, препятствующие развитию предпринимательской деятельности                 | Стратегическое планирование деятельности предприятия;<br>Прогнозирование внешней экономической обстановки в стране, регионе хозяйствования и т.д.;<br>Мониторинг социально-экономической и правовой среды.<br><br>Диверсификация зон хозяйствования, сбыта и поставок, а также способов доставки продукции к потребителям и использование разнообразных рекламных каналов. |
| Ошибочный выбор рекламной стратегии                                                                                | Активный целенаправленный маркетинг.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Банкротство обслуживающего банка                                                                                   | Распределение ответственности между участниками производства и оказания услуг: создание с деловыми партнерами различных форм интеграционных соглашений.                                                                                                                                                                                                                    |
| Появление новых конкурентов в регионе или стране                                                                   | Диверсификация зон хозяйствования, продукции, услуг, рынков сбыта.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Непредвиденно резкий рост цен на сырье, материалы, комплектующие                                                   | Мониторинг и прогнозирование внешней хозяйственной деятельности, создание системы резервов, подбор резервных предприятий-поставщиков, в том числе за границей, заключение договоров о сотрудничестве и т.п.                                                                                                                                                                |
| Появление источника зарплат для работников, более привлекательного, чем на данном предприятии или в данной отрасли | Создание системы кадровых резервов: постоянное формирование и пополнение кадрового резерва, участие в областных и республиканских программах подготовки рабочих кадров и т.п.                                                                                                                                                                                              |

**Источник:** Составлено автором

Для выявления эффективности организации дистрибьюторской деятельности и определение дальнейшего направления его развития в работе исследованы вопросы моделирования экономических показателей дистрибьюторских фирм с использованием показателей, определяющих потенциал рынка дистрибьюторских услуг в стране.

В диссертации на основе следующих данных: сфера услуг, объем розничной торговли, ресурсы в сфере розничной торговли, доходы домашних хозяйств, в год и уровень использо-

вания ИКТ при оказании услуг дистрибьюторской компаний разработано экономико-математическое моделирование дистрибьюторских фирм (таблица 6).

**Таблица 6. - Показатели для проведения экономико-математического моделирования дистрибьюторских фирм, 2012-2021 гг.\***

| Годы | Показатели | Сфера услуг, млн. сомони | Объем розничной торговли, млн. сомони | Трудовые ресурсы в сфере розничной торговли, тыс. чел. | Доходы домашних хозяйств, в год, сомони | Уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторской компаний, в % |
|------|------------|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
|      |            | $Y_i$                    | $I$                                   | $RT$                                                   | $HR$                                    | $HI$                                                                        |
| 2012 |            | 16407,00                 | 9013,90                               | 137,5                                                  | 3105,72                                 | 15,43                                                                       |
| 2013 |            | 17583,80                 | 11311,7                               | 135,7                                                  | 3522,96                                 | 15,91                                                                       |
| 2014 |            | 20863,40                 | 12823,9                               | 138,4                                                  | 3883,68                                 | 16,40                                                                       |
| 2015 |            | 26411,90                 | 14377,7                               | 149,3                                                  | 3571,32                                 | 16,91                                                                       |
| 2016 |            | 29077,40                 | 16166,7                               | 147,9                                                  | 4213,68                                 | 17,43                                                                       |
| 2017 |            | 33589,70                 | 18435,2                               | 170,6                                                  | 4489,44                                 | 17,97                                                                       |
| 2018 |            | 38493,00                 | 20479,7                               | 157,9                                                  | 4917,36                                 | 18,53                                                                       |
| 2019 |            | 39572,00                 | 24948,3                               | 153,5                                                  | 5708,64                                 | 19,10                                                                       |
| 2020 |            | 39191,70                 | 27024,8                               | 157,2                                                  | 6217,20                                 | 19,69                                                                       |
| 2021 |            | 39323,70                 | 33259,5                               | 158,7                                                  | 8210,04                                 | 20,30                                                                       |

\***Источник:** Составлено автором по: Статистический ежегодник Республики Таджикистан -Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан, Душанбе: 2022 [www.tajstat.tj](http://www.tajstat.tj).

На основе данных таблицы 6 рассчитан коэффициент корреляционного анализа показателей дистрибьюторских фирм (таблица 7).

**Таблица 7. - Коэффициент корреляционного анализа показателей дистрибьюторских фирм\***

|              | $I$    | $RT$   | $HR$   | $HI$   | $L\ of\ ICT$ |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------------|
| $I$          | 1,0000 |        |        |        |              |
| $RT$         | 0,9001 | 1,0000 |        |        |              |
| $HR$         | 0,8308 | 0,6730 | 1,0000 |        |              |
| $HI$         | 0,8084 | 0,9805 | 0,5749 | 1,0000 |              |
| $L\ of\ ICT$ | 0,9590 | 0,9841 | 0,7514 | 0,9352 | 1,0000       |

\***Источник:** Разработано автором на основе данных таблицы 6.

Из таблицы 7 видно, что коэффициенты парных корреляций среди существующих показателей взаимосвязаны с:  $RT$  - объем розничной торговли (млн. сомони),  $HR$  - трудовые ресурсы в сфере розничной торговли (тыс. чел),  $HI$  - доходы домашних хозяйств (в год, сомони),  $L\ of\ ICT$  - уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторскими компаниями (в %).

Автором проведено многофакторное экономико-математическое моделирование показателей дистрибьюторских фирм в Республике Таджикистан (таблица 8).

**Таблица 8. - Результаты многофакторного экономико-математического моделирования показателей дистрибьюторских фирм в Республике Таджикистан\***

|                                                                                               | <i>Коэффициенты</i> | <i>Стандартная ошибка</i> | <i>t-статистика</i> | <i>P-Значение</i> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------|
| Y-пересечение                                                                                 | -88460,1            | 76497,2                   | -1,1564             | 0,2998            |
| Объем розничной торговли (млн. сомони), <i>RT</i>                                             | 0,8301              | 1,9843                    | 0,4183              | 0,6931            |
| Трудовые ресурсы в сферы розничной торговли (тыс. чел), <i>HR</i>                             | 11,431              | 129,6307                  | 0,0882              | 0,9332            |
| Доходы домашних хозяйств (в год, сомони), <i>HI</i>                                           | 6,4094              | 4,8451                    | 1,3228              | 0,2432            |
| Уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторской компаний (в %), <i>L of ICT</i> | 743864              | 562788                    | 1,3217              | 0,2435            |

\***Источник:** Составлено автором

$$Y_i = -88460,1 + 0,8301RT + 11,431HR + 6,4094HI + 743864L \text{ of } ICT \quad (1)$$

Расчет экономико-математического моделирования по методам регрессионного анализа показал, что дальнейшее развитие дистрибьюторских фирм тесно связано со следующими факторами: объем розничной торговли, трудовые ресурсы в сфере розничной торговли, доходы домашних хозяйств и уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторских компаний.

Расчет по выбранным данным показывает, что для увеличения деятельности дистрибьюторских фирм необходимо увеличение объема розничной торговли на 0,8301 млн. сомони, трудовые ресурсы в сфере розничной торговли на 114 чел. и доходы домашних хозяйств на 6409,4 сомони, и уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторских компаний на 7,43.

В работе автором рассчитан коэффициент корреляционного анализа показателей дистрибьюторских фирм с учётом вторых групп влияния факторов (таблица 9).

**Таблица 9. - Коэффициент корреляционного анализа показателей дистрибьюторских фирм с учётом вторых групп влияния факторов\***

|                      | <i>Y<sub>i</sub></i> | <i>VDC</i> | <i>HI</i> | <i>L of ICT</i> |
|----------------------|----------------------|------------|-----------|-----------------|
| <i>Y<sub>i</sub></i> | 1,0000               |            |           |                 |
| <i>VDC</i>           | 0,6607               | 1,0000     |           |                 |
| <i>HI</i>            | 0,9641               | 0,5749     | 1,0000    |                 |
| <i>L of ICT</i>      | 0,9484               | 0,7514     | 0,9352    | 1,0000          |

\***Источник:** Разработана автором

Данные таблицы 9 показывают, что парные коэффициенты корреляций среди существующих показателей взаимосвязаны с объемом оказания услуг дистрибьюторских компаний.

Результаты многофакторного экономико-математического моделирования показателей дистрибьюторских фирм в Республике Таджикистан с учетом вторых групп факторов представлена в таблице 10.

Расчет по выбранным вторым группам факторов показывает, что для развития исследуемых объектов необходимо увеличение объема оказания услуг дистрибьюторских компаний на 440,942 млн сомони.

**Таблица 10. - Многофакторное экономико-математическое моделирование показателей деятельности дистрибьюторских фирм в Республике Таджикистан**

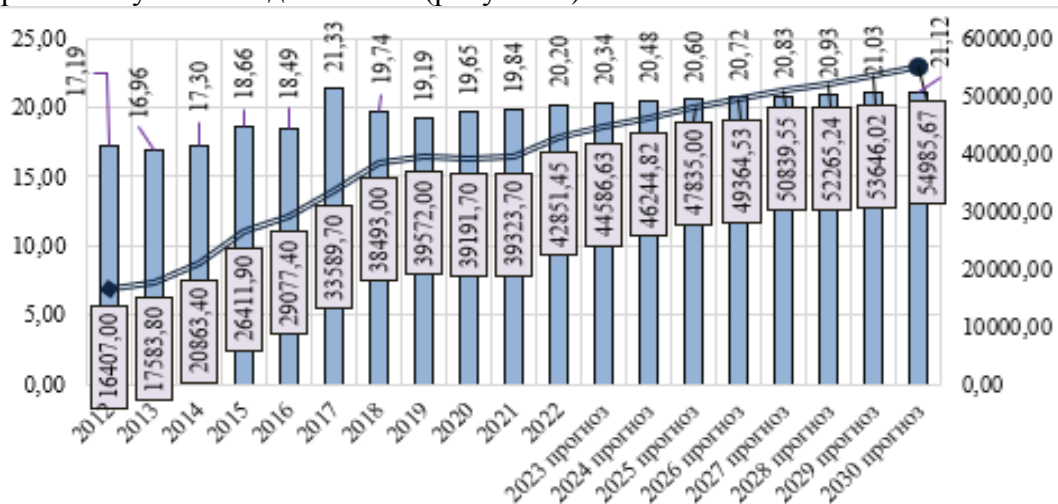
|                                                                                                      | Коэффициенты | Стандартная ошибка | t-статистика | P-Значение |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|--------------|------------|
| У-пересечение                                                                                        | -15565,5     | 14826,08           | -1,0499      | 0,3342     |
| Объем оказания услуг дистрибьюторской компаний, млн. сомони, <i>VDC</i>                              | 440,942      | 836,1256           | 0,5274       | 0,6169     |
| Доходы домашних хозяйств в год, сомони, <i>HI</i>                                                    | 3,17959      | 1,398331           | 2,2739       | 0,0633     |
| Уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторской компаний, в процентах, <i>L of ICT</i> | 95405,2      | 164711,7           | 0,5792       | 0,5835     |

\***Источник:** Составлено автором

$$Y_i = -15565,5 + 440,942VDC + 3,17959HI + 95405,5L \text{ of } ICT \quad (2)$$

Полученные результаты позволяют провести следующий этап экономико-математического моделирования прогнозирования основных показателей дистрибьюторских фирм в Республике Таджикистан.

Далее рассмотрим прогнозные параметры показателей сферы услуг и дистрибьюторских фирм в Республике Таджикистан (рисунок 2).



**Рисунок 2. Прогнозные параметры показателей сферы услуг и дистрибьюторских фирм в Республике Таджикистан на период до 2030 гг.**

$$y = 14351x^{0,4562}$$

$$R^2 = 0,9392$$

Результаты прогнозирования показателей сферы услуг свидетельствуют о том, что в период до 2030 г. объём оказания услуг дистрибьюторских фирм увеличиваются на 15661,97 сомони по сравнению с 2012 г. или на 78% (2030/2022).

Достоверные результатные данные прогноз составляет  $R^2 = 0,9392$

$$y = 16,611x^{0,0816}$$

$$R^2 = 0,6503$$

Результаты прогнозирования показателей деятельности дистрибьютерских фирм свидетельствуют о том, что в период до 2030 г. объем услуг дистрибьюторских фирм увеличивается на 1,47 (2030/2020) раза по сравнению с 2012 г. или на 81% (2030/2012). Достоверные результатные прогнозные данные составляет  $R^2 = 0,6503$ .

Доказано, что применение проведенного экономико-математического моделирования деятельности дистрибьюторских фирм позволяет решать важнейшие проблемы в данной области.

Таким образом для увеличения объёма услуг дистрибьюторских фирм можно сделать следующие рекомендации:

1. Повышение роли государства как гаранта деятельности дистрибьюторских фирм;
2. Уменьшение рисков и угроз путем применения передовых технологий;
3. Применение методов экономико-математического моделирования с целью оптимизации деятельности дистрибьюторских фирм;
4. Разработка и применение новых методов управления дистрибьюторскими фирмами;
5. Совершенствование нормативно-правовых актов с учетом передового зарубежного опыта;
6. Создание выгодных условий для развития деятельности дистрибьюторских фирм на региональном и республиканском уровне.

**В третьей главе «Основные направления и пути совершенствования механизма развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан»** разработаны меры по совершенствованию организационно-экономического механизма развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, представлены пути обеспечения эффективности прямого и косвенного каналов дистрибуции на рынке продовольственных товаров Таджикистана, а также выявлены основные направления и пути развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан.

В работе предложен подход к оценке эффективности решений по управлению каналами сбыта на основе выявления конкретных условий и факторов развития каналов дистрибуции. Автором предложен алгоритм принятия решений и оценка их эффективности в дистрибуции, а также организационный механизм дистрибуции товаров от производителя к потребителю (рисунок 3).

В работе уточнены основные проблемы дистрибуции потребительских товаров в Республике Таджикистан. Сделан вывод о том, что неотъемлемая часть сбытовой деятельности продовольственных предприятий в условиях рынка связана с выбором правильного поставщика товаров на рынке и эффективным управлением дистрибьюторской деятельности. Конкурентоспособность и эффективность деятельности продовольственных предприятий во многом зависят от рационального и грамотного выбора каналов дистрибуции.

В работе установлены проблемы, с которыми сталкиваются предприятия при выборе каналов дистрибуции: ограниченное число помещений для хранения товара, отсутствия складских помещений, предназначенных для хранения товара, отсутствие альтернативных покупателей в регионе, ограниченное число оптовиков, отсутствие постоянных контрактов с дистрибьюторскими фирмами, неразвитость производственной кооперации и др.

Анализ показал, что продовольственные предприятия также получают большую выгоду при использовании косвенного канала дистрибуции.

Фирмы, которые работают в г. Душанбе, предпочитают в основном прямой канал дистрибуции до больших супермаркетов и оптовых рынков из-за дешевизны транспортных средств внутри города, осуществления прямого контакта с розничными торговцами, возможностями продажи большой партии товара. Выбор косвенного канала дистрибуции со стороны производителей продовольственных товаров связан с тем, что они получают оплату одновременно с места продажи, и снижению риска порчи товара. Это дает возможность предприятиям продать произведенные продукты у ворот фирмы, снижения затрат на содержание продукта. Прямой канал дистрибуции при выборе товара требует наличия специальных транспортных средств, т.к. они играют существенную роль при доставке товаров.



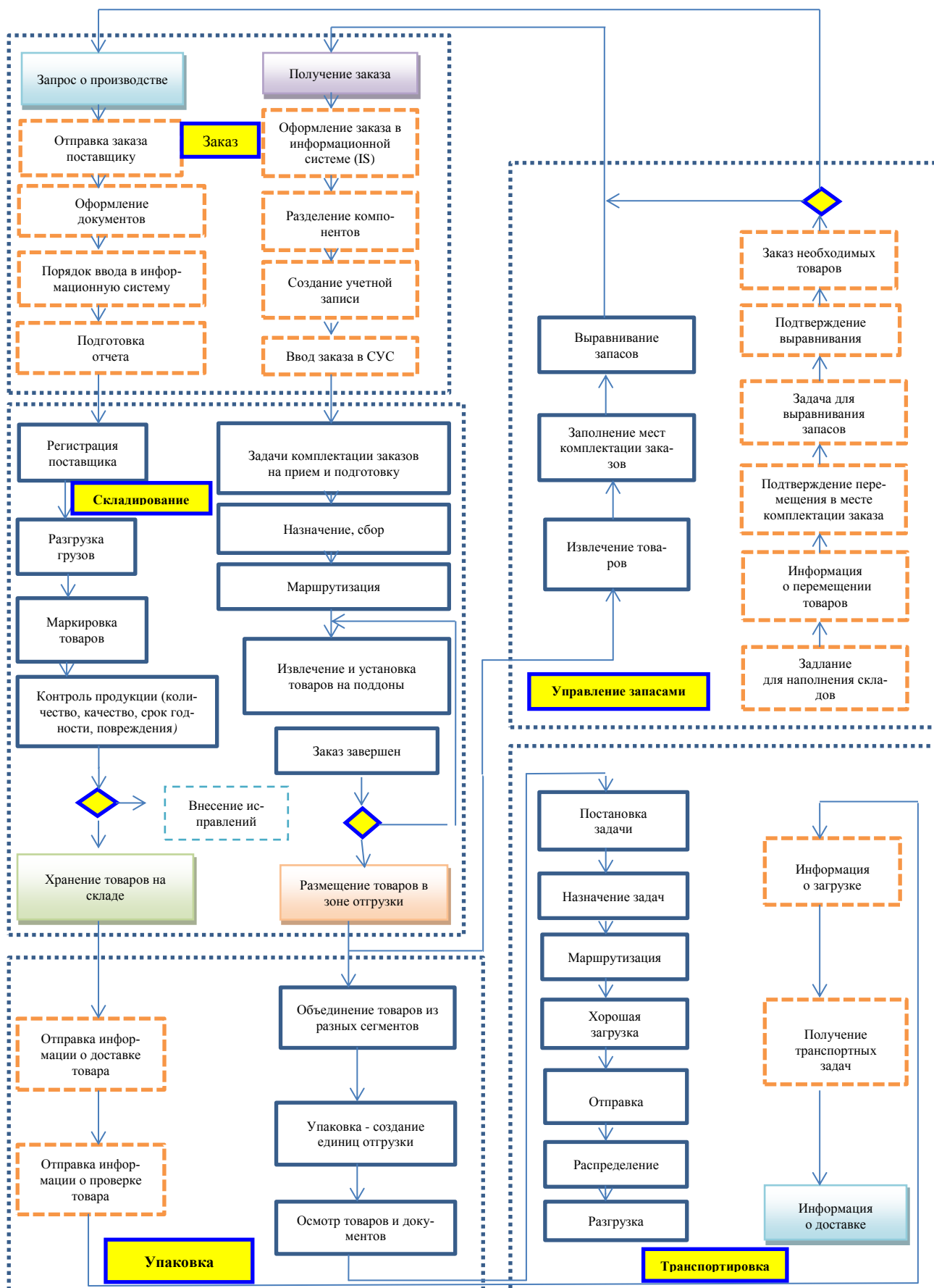


Рисунок 3. – Механизм управления сбытовой деятельностью дистрибьюторских предприятий  
 Источник: Составлено автором

На основе проведенного исследования в работе предложен механизм управления дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан (рисунок 4).

В работе сделан вывод о том, что совершенствование каналов дистрибуции может способствовать стимулированию продаж и играет значительную роль в развитии производственной предпринимательской деятельности и позволяет сформировать благоприятные условия для ускоренного развития сбытовой деятельности и повышения его эффективности, которые, в свою очередь, обеспечат достижения устойчивого экономического роста в стране. Между тем устойчивое развитие системы дистрибуции зависит от эффективной организации системы производства, хранения и распределения продовольственных товаров.

В работе предложены стратегические направления развития рынка дистрибьюторских услуг в Республике Таджикистан на основе совершенствования информационного обеспечения системы предоставления дистрибьюторских услуг, совершенствования системы локализации производства в зависимости от потребностей местного населения и распределения продуктов питания в сельских и городских территориях, расширения географии рынка дистрибьюторских услуг, повышения роли торговых ассоциаций и роли социальных институтов в дистрибуции продовольственных товаров, совершенствования системы управления каналов дистрибуции, повышения качества контроля деятельности поставщиков, регулирование уровня цен в различных торговых сетях, создание электронной информационной сети системы дистрибуции товаров, совершенствования инфраструктуры рынка дистрибьюторской деятельности и др.

Анализ рынка дистрибьюторской деятельности свидетельствует о том, что качественное развитие дистрибьюторской деятельности положительно может влиять на конкурентоспособность экономики страны. Доказано, что дистрибьюторская деятельность в Республике Таджикистан располагает большими возможностями для дальнейшего инновационного развития.

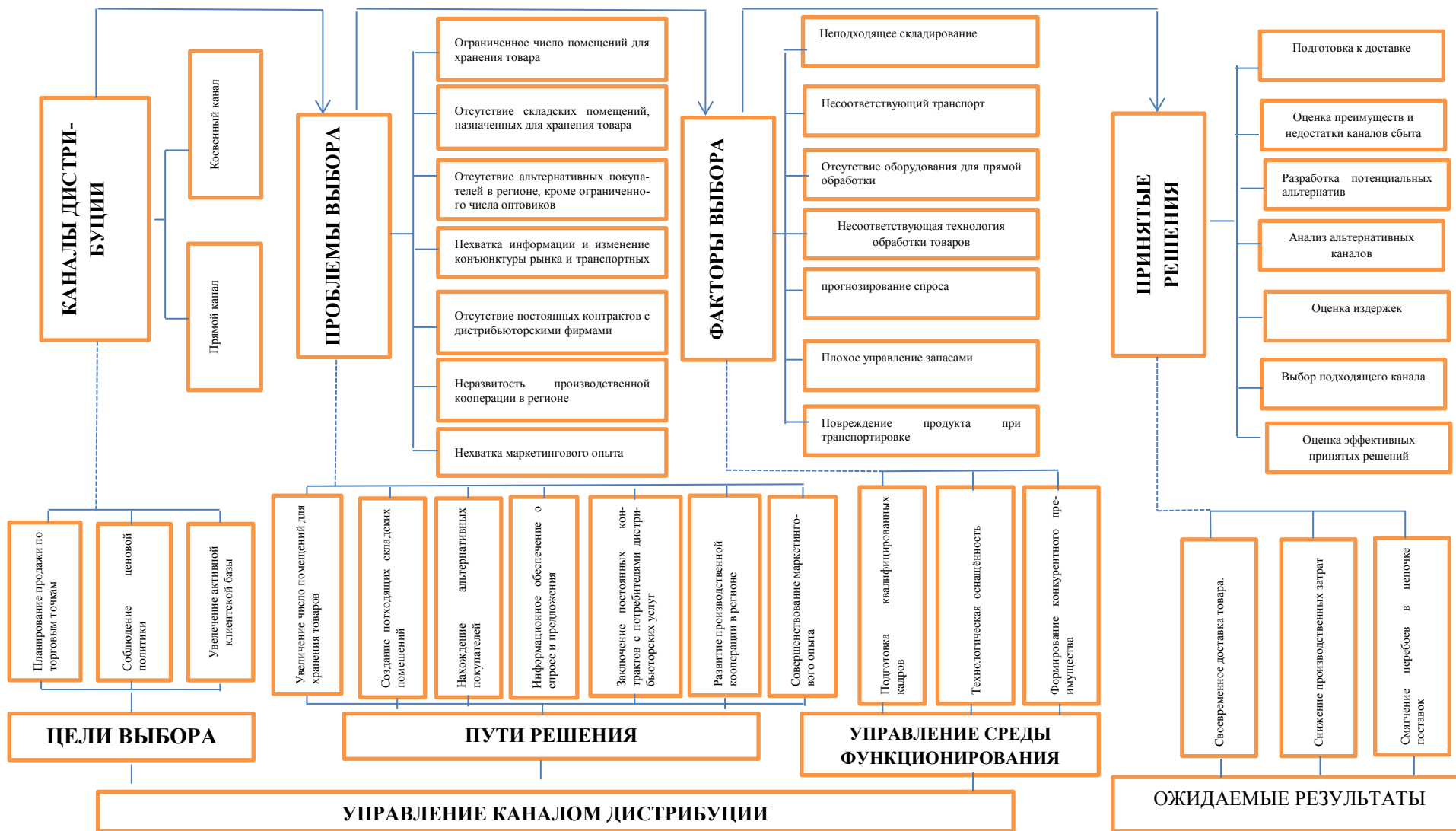


Рисунок 4. Механизм развития дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан  
 Источник: Составлено автором

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования формирование и развитие дистрибьюторской деятельности в современных условиях (на материалах Республики Таджикистан) были сделаны следующие выводы:

1. В работе предложено авторское определение рынка дистрибуции как современной формы посредничества, состоящая из последовательно повторяющихся действий для продвижения товаров от производителя к конечным потребителям с целью своевременной доставки товара в точки розничной торговли и его сбыта на основе развития взаимоотношений всех субъектов посреднического процесса в рамках дистрибьюторского договора, а также уточнено место и значение дистрибьюторской деятельности на рынке продовольственных товаров. [2-А];

2. Анализ показал, что роль и место дистрибьюторской деятельности в продвижении продовольственных товаров определяется его экономическими и функциональными значениями. Экономическое значение заключается в снижении затрат при перемещении товаров от производителей к потребителю с выбором более рациональных каналов распределения. Функциональное значение дистрибуции проявляется в своевременной доставке товара к точки розничной торговли для конечных потребителей в соответствии с их покупательной способностью и посредством заранее разработанного маршрута. [31-А];

3. На основе исследования зарубежного опыта регулирования деятельности дистрибьюторских компаний в работе сделан вывод, что среди исследуемых стран более приемлемой является опыт российского рынка дистрибьюторских услуг, так как они смогли за последние 20 лет вытеснить зарубежных дистрибьюторских компаний и развивать свою сеть дистрибьюторских компаний. Преимущества российского опыта заключается в том, что они оказывают дистрибьюторские услуги не только внутри страны, но и за ее пределами. При этом особое предпочтение отдается дистрибуцию товаров отечественного производства. [25-А];

4. Анализ показал, что на региональных рынках Таджикистана имеется множество проблем, связанные с инфраструктурой торговой деятельности. Дорожно-транспортная инфраструктура для перемещения продовольственной продукции не развита, что усугубляет доставки товаров на сельские территории своевременно, особенно в зимние периоды. Темпы создания элементов инфраструктуры являются медленными по сравнению с ростом населения и объемом производства в стране. Кроме того, инвестиции в инфраструктуру торговой деятельности со стороны частных фирм ограничены из-за отсутствия стимулов. Кроме того инфраструктура для транспортировки и хранения скоропортящихся или свежих продовольственных товаров в региональных рынках является неразвитой. Исходя из этого, развитие и улучшение инфраструктуры розничной сети на сегодняшний день является важнейшей задачей различных торговых предприятий. Считается необходимым принятие мер по развитию логистической инфраструктуры, увеличения числа торговых точек, создание собственных распределительных центров торговых сетей, складских комплексов, экспедиторских служб и т.д. Исследование показало, что качественному развитию дистрибьюторских операций в Республике Таджикистан также будет способствовать совершенствование законодательства в сфере дистрибуции, формирование общегосударственной статистики по дистрибуции. [5-А];

5. Результаты многофакторного экономико-математического моделирования показателей дистрибуторских фирм в Республике Таджикистан показали, что дальнейшее развитие дистрибьюторских фирм тесно связано со следующими факторами: объем розничной торговли, трудовые ресурсы в сферы розничной торговли, доходы домашних хозяйств, уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторских компаний. Расчет по выбранным данным показывает, что, увеличение объема розничной торговли на 0,8301 млн. сомони, трудовые ресурсы в сфере розничной торговли на 114 чел., доходы домашних хозяйств на

6409,4 сомони, и уровень использования ИКТ при оказании услуг дистрибьюторской компаний на 7,43% способствуют росту объема оказания дистрибьюторских услуг на 440,942 млн. сомони. [41-А]

6. Анализ рынка дистрибьюторской деятельности свидетельствует о том, что качественное развитие дистрибьюторской деятельности может положительно влиять на конкурентоспособность экономики страны в целом. Учитывая это, сделан вывод о том, что дальнейшее развитие дистрибьюторской деятельности как комплекса взаимосвязанных функций организации сбыта и распределения товаров является важной социально-экономической задачей в процессе управления товаропотоков между производителями и потребителями. [3-А];

7. Неотъемлемая часть сбытовой деятельности продовольственных предприятий в условиях рынка связана с выбором правильного поставщика товаров на рынке и эффективным управлением дистрибьюторской деятельностью. Конкурентоспособность и эффективность деятельности продовольственных предприятий зависят от рационального и грамотного выбора каналов дистрибуции. [37-А];

8. Совершенствование каналов дистрибуции может способствовать стимулированию продаж и играет значительную роль для развития производственной предпринимательской деятельности и позволяет сформировать благоприятные условия для ускоренного развития сбытовой деятельности и повышения его эффективности, которые, в свою очередь, обеспечивают достижения устойчивого экономического роста в стране. [3-А]

#### **ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ**

9. Анализ дистрибьюторской деятельности свидетельствует о том, что качественное развитие дистрибьюторской деятельности положительно может влиять на конкурентоспособность экономики страны. Учитывая это, в работе отмечается, что дальнейшее развитие дистрибьюторских предприятий, совершенствование их структуры являются важными социально-экономическими задачами. Дистрибьюторская деятельность в РТ располагает большим потенциалом развития, который связан с ростом потребительского спроса населения, наращивания новых производственных мощностей, увеличения общего количества торговых площадей и др. [7-А];

10. Исследование показало, что в Республике Таджикистан деятельность большинства дистрибьюторских компаний ограничивается городским рынком и густонаселенными регионами. Исходя из этого, важным направлением развития дистрибьюторской деятельности в стране является расширение географии деятельности дистрибьюторских компаний с учетом выхода на новые региональные и сельские сегменты рынка. Расширение географии рынка дистрибьюторских компаний позволяет им увеличить свою прибыль. Это, в свою очередь, повышает репутацию данных фирм в региональных рынках, что в итоге положительно влияет на доверие потребителей. Успешная дистрибьюторская деятельность на национальном уровне зависит от хорошо налаженных процессов дистрибуции и возможностей осуществления оперативного обслуживания запросов торговых фирм, внедрение цифровой технологии в сбытовой деятельности и применение гибкого подхода в условиях изменения в конъюнктуре рынка, и предпочтения заказчиков. [5-А];

11. В диссертации предложен механизм управления сбытовой деятельностью дистрибьюторских предприятий. Предлагаемый механизм охватывает совокупность управленческих действий в сбытовой деятельности дистрибьюторских фирм. Эти действия условно охватывают мероприятия по формированию заказа, подготовке и складирования товара, его упаковки, управление запасами и наконец транспортировка и доставки товара. Выявлено, что управление сбытовой деятельности дистрибьюторских фирм начинается с этапа создания запаса, который в свою очередь охватывает ряд мероприятий по оформлению документов, создании учетной записи и другие. Реализация предлагаемого механизма в практике позволяет обеспечить более благоприятные условия роста предпринимательской активности в стране в

сферы сбытовой деятельности, и обеспечить ее устойчивое развитие в различных условиях. Кроме того, учет всех приведённых критериев позволят повысить эффективность дистрибуторской деятельности, сохранение производственных издержек в допустимой норме, и увеличить ассортимента товаров на потребительском рынке. [7-А]

12. Для увеличения объема оказания дистрибуторских услуг автором сделаны следующие рекомендации: увеличение роли государства как гарант деятельности дистрибуторских фирм; уменьшение рисков и угроз с помощью передовых технологий; применение методов экономико-математического моделирования с целью оптимизации деятельности дистрибуторских фирм; разработка и применение новых методов управления дистрибуторскими фирмами; совершенствование нормативно-правовых актов с учетом передового зарубежного опыта; создание выгодных условий для развития деятельности дистрибуторских фирм на региональном и республиканском уровне. [42-А]

13. В работе предложен механизм развития дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан, который раскрывает особенности управления каналом дистрибуции на основе уточнения целей дистрибуции, выбор альтернативного канала дистрибуции, проблемы, имеющие место в деятельности дистрибуторских фирм. На основе все этого предлагается пути их решения, уточняется методы управления микросреды маркетинга, которые в итоге приведут к ожидаемыми результатам, связанные с своевременной доставки товара, снижением производственных затрат, смягчении перебоев в цепочке поставок. [7-А];

14. В работе предложены меры по обеспечению необходимых условия развития дистрибуторской деятельности. Для повышения эффективности каналов дистрибуции необходимо сокращение транспортных и иных издержек. Кроме того, совместная поставка продуктов различных товаропроизводителей в рамках имеющихся каналов распределения дает возможность дополнительно экономить на масштабы дистрибуции, при этом увеличивать объемы продаж. [7-А]

15. В диссертации предложены стратегические ориентиры развития дистрибуторской деятельности на основе улучшения информационного обеспечения системы предоставления дистрибуторских услуг; совершенствования системы локализации производства в зависимости от потребностей местного населения и распределения продуктов питания в сельских и городских территориях; расширения географии рынка дистрибуторских услуг; повышения роли торговых ассоциаций, социальных институтов в дистрибуции продовольственных товаров; совершенствования системы управления каналов дистрибуции; повышения качества контроля деятельности поставщиков (розничных торговцев), регулирования уровня цен в различных торговых сетях и др. [5-А];

## **СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

**А) Публикации в изданиях, включенных в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендуемых ВАК при Президенте Республики Таджикистан:**

[1-А]. Худоёров, Ш.Х. Оценка потенциала развития рынка дистрибуторских услуг в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник ТНУ. Научный журнал, серия экономических наук. Душанбе, Сино. – 2017. – 2/4 (114). – С. 130-137.

[2-А]. Худоёров, Ш.Х. Теоретические основы определения и классификации дистрибуторской деятельности в рыночной экономике [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Таджикского национального университета. Научный журнал, серия экономических наук. Душанбе, Сино. – 2017. – 2/5. – С. 143-150.

[3-А]. Худоёров, Ш.Х. Совершенствование канала дистрибуции как фактор стимулирования продаж [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Таджикского национального университета. Научный журнал, серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе, Сино. – 2018. – №9, – С. 229-236, ISSN: 2413-5151.

[4-А]. Худоёров, Ш.Х. Антикризисное управление на дистрибьюторских предприятиях Республики Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Вестник Академии наук Республики Таджикистан. Институт экономики и демографии. Научный журнал, «Экономика Таджикистан» Душанбе 2019. №1, – С. 25-29, ISSN: 2310-3957.

[5-А]. Худоёров, Ш.Х. Основные направления совершенствования системы дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Вестник Таджикского национального университета. Научный журнал, серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе, Сино. – 2019. – №6, – С.69-74, ISSN: 2413-5151.

[6-А]. Худоёров, Ш.Х. Концептуальные вопросы управления цепями поставок продовольственных товаров в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Российско-Таджикский Славянский Университет. Научный журнал. №3(71)-2020. Душанбе 2020 г. С 187-195. ISSN 2077-8325.

[7-А] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование организационно-экономического механизма развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Таджикского государственного университета коммерции. Научный журнал. №4/2 (44)-2022. Душанбе 2022 г. С 283-292. ISSN 2308-054X.

#### **Б) Публикации в других изданиях:**

[8-А] Худоёров, Ш.Х. Развитие дистрибьюторской деятельности: теоретические аспекты [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему «Проблемы повышения доходов населения Республики Таджикистан» – Душанбе, ИПС, 2016. - С. 298-305.

[9-А] Худоёров, Ш.Х. Место и роль дистрибьюторской сети в торгово-сбытовой деятельности [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему «Опыт и перспективы использования информационных технологий в экономике» – Душанбе, ИПС, 2016. - С. 172.-175.

[10-А] Худоёров, Ш.Х. Рынок дистрибьюторских услуг: проблемы и перспективы развития в рыночной экономике // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему «Развитие финансовых услуг в условиях интеграции мирового хозяйства» – Душанбе, 31 марта 2017. - С. 266-270.

[11-А] Худоёров, Ш.Х. Дистрибуция в системе сервисной деятельности [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы научно-теоретической конференции, посвященной Международному десятилетию действия «Вода для устойчивого развития, 2018-2028» и «Год молодежи-2017». Роль молодежи в интеграции науки и промышленности как основа устойчивой инновационной развития. – Душанбе, ИПС, 2017.- С. 72-77.

[12-А] Худоёров, Ш.Х. Роль дистрибуции в обеспечении эффективности процесса продаж (на тадж. языке) [Текст] / Ш.Х. Худоёров, Р.У. Рустамов // Материалы международной научно-практической конференции на тему «Основные направления модернизации бухгалтерского учета в условиях инновационного развития экономики», в честь 75-летию д.э.н., Урокова Д.У. – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 152.-155.

[13-А] Худоёров, Ш.Х. Дистрибьюторская деятельность и ее классификационные признаки в системе рыночной экономике [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции на тему «Основные направления модернизации бухгалтерского учета в условиях инновационного развития экономики», в честь 75-летию д.э.н., Урокова Д.У. – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 130-135.

[14-А] Худоёров, Ш.Х. Политика «Открытых дверей» как важнейший инструмент развития рынка дистрибьюторских услуг [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Школа миролюбия Лидера Нации - путеводитель светлого будущего молодежи» – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 125-130.

[15-А] Худоёров, Ш.Х. Роль дистрибьюторской деятельности в обеспечении продовольственной безопасности региона [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Институциональные аспекты формирования зеленой экономики» в Республике Таджикистан. – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 133-137.

[16-А] Худоёров, Ш.Х. Факторы, влияющие на становление и развития рынка дистрибьюторских услуг в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Основные проблемы развития региональных интеграционных группировок и участия Республики Таджикистан в них». – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 141-145.

[17-А] Худоёров, Ш.Х. Тенденции развития рынка дистрибьюторских услуг в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Развитие инновационного предпринимательства в Республике Таджикистан». – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 241-244.

[18-А] Худоёров, Ш.Х. Формирование оптимальной модели дистрибьюторской деятельности в условиях рыночной экономики [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Основные проблемы финансово-кредитных отношений в условиях развития инновационной экономике» – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 287-290.

[19-А] Худоёров, Ш.Х. Управление каналами дистрибуции и его роль в эффективности сбытовой деятельности [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Вопросы реализации науки в развитии Национальной экономики». – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 22-26.

[20-А] Худоёров, Ш.Х. Приоритетные направления рынка дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Вопросы реализации науки в развитии Национальной экономики». – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 46-48.

[21-А] Худоёров, Ш.Х. Дистрибьюторская деятельность как важнейший фактор развития производственного предпринимательства [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Индустриализация Республики Таджикистан: результаты и перспективы». – Душанбе, ТГФИУ, 2018. - С. 37-40.

[22-А] Худоёров, Ш.Х. Роль рынка дистрибьюторских услуг в развитии экономики Республики Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «О разрешимости краевых и смешанных задач для классических и не классических дифференциальных уравнений». – Душанбе, 2018. - С. 206-211.

[23-А] Худоёров, Ш.Х. Стратегические направления развития рынка дистрибьюторских услуг в условиях глобализации [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Вклад Основателя мира и национального единства-Лидера Нации, Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Раҳмон в развитие экономики Республики Таджикистан». – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 327-337.

[24-А] Худоёров, Ш.Х. Хозяйственные риски дистрибьюторских фирм и меры по снижению их воздействия [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Совершенствование кредитно-финансовой деятельности и налоговой системы: теория, методология и практическая значимость». – Душанбе, ИПС, 2019. - С. 548-555.

[25-А] Худоёров, Ш.Х. Зарубежный опыт формирования и развития рынка дистрибьюторских услуг [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-



практической конференции на тему «Проблемы обеспечения устойчивого развития мировой экономики» – Душанбе, ИПС, 2019. - С. 248-252.

[26-А] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование механизма управления рынка дистрибьюторских услуг в Республики Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции на тему «Проблемы обеспечения устойчивого развития мировой экономики». – Душанбе, ИПС, 2019. - С. 248-252.

[27-А] Худоёров, Ш.Х. Антикризисное управление дистрибьюторских предприятиях. [Текст] / Ш.Х. Худоёров, Т.Х. Каримова // В сборнике: Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. Материалы VII Международной научно-практической конференции г. Уфа 2019.с. 227-233

[28-А] Худоёров, Ш.Х. Дистрибуция и посредническая деятельность: общие признаки и отличительные особенности [Текст] / Ш.Х. Худоёров, Р.У. Рустамов // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Современные тенденции денежно-кредитных отношений и их влияние на экономическое развитие». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 236-242.

[29-А] Худоёров, Ш.Х. Дистрибуция как современная форма посредничества: сущность и перспективы развития [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Известия -Таджикского отделения международной академии наук высшей школы. – Душанбе, ТГПУ, №1, 2020. - С. 148-157.

[30-А] Худоёров, Ш.Х. Роль дистрибьюторской деятельности в формировании конкурентного преимущества торговых компаний [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности Республики Таджикистан». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 196-201.

[31-А] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование системы управления дистрибуции продовольственных товаров [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Региональная интеграция как фактор производственного предпринимательства в Республики Таджикистан». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 134-142.

[32-А] Худоёров, Ш.Х. Управление развитием дистрибьюторской деятельности в условиях рыночной экономики [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Ускоренная индустриализация в Республике Таджикистан: цели и тенденции». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 322-326.

[33-А] Худоёров, Ш.Х. Концептуальные основы эффективного функционирования дистрибьюторской деятельности в рыночной экономике [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции «Подготовка кадров с целью устойчивого развития туризма в Республике Таджикистан». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 302-307.

[34-А] Худоёров, Ш.Х. Управления систем дистрибуции: некоторые теоритические и практические вопросы [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлат-зода // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему “Государственная независимость: Основа укрепление и развития националь-ного государства”, посвященной 30 летию государственной независимости Республики Таджикистан. ИТПС. (08 мая 2021 г) Душанбе-2021. С 132-339

[35-А] Худоёров, Ш.Х. Организация эффективного управления дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Материалы международной научно-практической конференции на тему: “Проблемы развития национальной экономики в условиях посткоронавирусного мира”. ИТПС. Душанбе -2021. С. 85-91

[36-А] Худоёров, Ш.Х. Роль и значение IT-технологии в управление электронной информационной сетью системы дистрибуции товаров [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему: “Современные направления реализации информационных технологий в цифровизации образования, науки и промышленного производства” ИТПС. (27 ноября 2021 г) Душанбе-2021. С 293-297

[37-А] Худоёров, Ш.Х. Управление конкурентоспособностью каналов дистрибуции [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Материалы республиканской научно-практической конференции на посвященной 30 летию основания таможенной службы Республики Таджикистан на тему: “Экономико-правовое регулирование международных отношений в сфере внешнеэкономической деятельности ” ИТПС. Душанбе - 2021. С 172-179.

[38-А] Худоёров, Ш.Х. Совершенствования управления деятельностью дистрибьюторских предприятий в современных условиях [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Международной научно-практической конференции на тему: «Совершенствование финансово-кредитных отношений как основа реализации четвертой национальной цели - ускоренной индустриализации страны» МУТПТ, (28 мая 2022) Душанбе -2022 . С .236-241

[39-А] Худоёров, Ш.Х. Обеспечение конкурентоспособности дистрибьюторских предприятий. [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему “Антикризисное государственное регулирование реального сектора экономики Республики Таджикистан в условиях ускоренной индустриализации стрны” МУТПТ. (26 сентября 2022 г) Душанбе-2022. С.89-93.

[40-А] Худоёров, Ш.Х. Некоторые аспекты совершенствования системы дистрибуции в условиях глобального сбоя цепи поставок товаров [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции на тему “Стратегические направления развития инновационного предпринимательства в условиях глобализации” МУТПТ. (25 ноября 2022 г) Душанбе -2022 С.496 -500.

[41-А] Худоёров, Ш.Х. Экономико-математическое моделирование фак-торов хозяйственных рисков дистрибьюторских компаний в Республике Таджи-кистан. [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Математические труды таджикско-персидских предков Умара Хайёма» МУТПТ. (3 декабря 2022 ) Душанбе 2022. С. 47-55.

[42-А] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование информационно - коммуникационного обеспечения системы предоставления дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему “ Информационно-коммуникационные технологии –важный фактор развития в современном мире”. МУТПТ. (10 декабря 2022 ) Душанбе 2022. С. 91- 94.

[43-А] Худоёров, Ш.Х. Эффективность применения маркетинговой деятельности в дистрибьюторских компаниях. [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему “Роль Таджикистана в решении современных экологических проблем с устойчивым стратегическим развитием и обеспечением экологической безопасности” МУТПТ. (17 декабря 2022) Душанбе 2022. С 148-158.

**ДОНИШГОҲИ БАЙНАЛМИЛАЛИИ САЙЁҲӢ ВА СОҲИБКОРИИ  
ТОҶИКИСТОН**

*ТДУ: 339.138 (575.3)*  
ТКБ: 65.05  
X - 84

*Бо ҳуқуқи дастнавис*

**ХУДОЁРОВ ШАҲРИЁР ХУДОЙҚУЛОВИЧ**

**ТАШАККУЛ ВА РУШДИ ФАЪОЛИЯТИ ДИСТРИБҮТОРӢ ДАР  
ЗАМОНИ МУОСИР  
(дар мисоли Ҷумҳурии Тоҷикистон)**

диссертатсия барои дарёфти дараҷаи  
илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси  
08.00.10 – Менеҷмент, маркетинг ва нархгузорӣ (маркетинг)

**Душанбе – 2023**

Диссертатсия дар кафедраи назарияи иқтисодӣ ва фаъолияти соҳибкории Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон иҷро шудааст.

**Роҳбари илмӣ:**

**Давлатзода Қудрат Қамбар** - доктори илмҳои иқтисодӣ, профессор, ректори Донишгоҳи техники Тоҷикистон ба номи академик М.С.Осимӣ

**Муқарризони расмӣ:**

**Ғақеров Ҳамидуллоҳон Нуриддинович** - доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори кафедраи иқтисодиёти корхона ва фаъолияти соҳибкории Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон

**Сарабекова Изолат Закратовна** - номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти кафедраи менеҷмент ва маркетинги Донишгоҳи миллии Тоҷикистон

**Муассисаи пешбар:**

Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Ш. Шохтемур

Ҳимояи диссертатсия 12 сентябри соли 2023 соати 13<sup>00</sup> дар ҷаласаи Шурои диссертатсионии 6Д.КOA-063 назди Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон баргузор мегардад. Суроға: 734055, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯчаи Борбад. 48/5. Email: [a\\_ismoilov@mail.ru](mailto:a_ismoilov@mail.ru); Телефони котиби илмӣ: +992907755655.

Бо диссертатсия ва автореферат дар китобхонаи Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон ва тавассути сомонаи <http://www.iutet.tj> шинос шудан мумкин аст.

Автореферат «\_\_\_» \_\_\_\_\_ соли 20\_\_ фиристода шудааст.

**Котиби илмӣ**  
**Шӯрои диссертатсионӣ,**  
**номзади илмҳои иқтисодӣ**



**Исмоилов А.А.**

## САРСУХАН

**Мубрамии мавзуи таҳқиқот.** Дар шароити муосири рушди иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон нақши муҳимро чобачогузорию дурусти унсурҳои асосии маркетингӣ дар фаъолияти истеҳсоливу таъминоти корхонаҳои истеҳсолӣ ва ташкилотҳо ишғол менамоянд, ки дар байни онҳо мавқеи махсусро фаъолияти дистрибюторӣ дорад. Дар аксари давлатҳои, ки иқтисодиёти бозоргонии рушдкарда мушоҳида мешавад, фаъолияти дистрибюторӣ, яке аз унсурҳои мунтазам рушдкунандаи фаъолияти маркетингӣ ва логистикӣ ба шумор меравад, ки фаъолияти самараноки бозори мол ва хизмат бо он алоқаманд аст. Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон фаъолияти дистрибюторӣ самти нави рушди маркетинг буда, маҷмуи амалҳои тақроршавандаро дар ҷараёни пешбурди мол дарбар мегирад.

Нақши фаъолияти дистрибюторӣ дар рушди фаъолияти истеҳсолӣ ва соҳибкорӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон хеле муҳим аст. Фаъолияти дистрибюторӣ имкон медиҳад шароитҳои муфид барои рушди босуръати фаъолияти савдо ва баланд бардоштани самаранокии он фароҳам оварда шавад, ки дар навбати худ барои ноил гардидан ба рушди босуботи иқтисодӣ дар мамлакат замина фароҳам меоварад.

Дурнамои рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, пеш аз ҳама, ба васеъ гардонидани иқтисодии истеҳсолии истеҳсолкунандагони мол ва махсусан молҳои истеъмолӣ алоқаманд аст, ки он ҳолати бозори истеъмолии мамлакатро ифода менамояд.

Ташаккули низомҳои гуногуни дистрибутисия ва таъминкунии мол дар иқтисодиёти бозорӣ ҳаҷми савдои молҳои истеҳсолшударо зиёд мегардонад. Дар баробари ин, барои дилхоҳ давлат яке аз масъалаҳои мубрам дар соҳаи ноил шудан ба некӯаҳолии мардум масъалаи таъмини аҳоли бо молҳои озуқаворӣ ба шумор меравад.

Чӣ тавре, ки дар Паёми солони худ Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ, Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон Эмомалӣ Раҳмон қайд намуданд: «Вазъи ҳассоси ҷаҳони имрӯза, баҳусус, ба танқисии шадидаи озуқаворӣ дучор гардидани чоряки кишварҳои дунё моро водор месозад, ки ҷиҳати таъмин намудани ҳадафи стратегиамон – ҳифзи амнияти озуқаворӣ тадбирҳои иловагӣ андешем»<sup>1</sup>.

Дар баробари ин, ҳалли масъалаҳои гузошташуда дар доираи Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон то соли 2030 вобаста ба таъмини амнияти озуқаворӣ ва гизо<sup>2</sup>, дастрас намудани аҳоли бо хӯроки босифат аз фаъолияти низоми самараноки фаъолияти дистрибутисионӣ алоқаманд аст, ки расонидани ҳаҷми зарурии молҳои истеъмолиро нисбатан дар муҳлатҳои кӯтоҳ кафолат медиҳад.

Фаъолияти дистрибюторӣ яке аз василаҳои муҳими пайвасткунанда байни истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагон мебошад, ки нақши муҳимро дар фурӯши молҳои озуқаворӣ ишғол менамояд. Ташкили низоми самараноки тақсмоти мол нақши назаррасе дар беҳтар намудани сатҳи сифати ҳаёти аҳоли ба воситаи пешниҳоди интихоби фарох ба онҳо ҳангоми харидорӣ намудани молҳои истеъмолӣ ва хизматрасониҳои муштарак мегузорад.

Ҳамин тавр, дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон усулҳои анъанавии фурӯши маҳсулот, самаранок набуда, зарурати ворид намудани тағирот ба онҳо вучуд дорад, ки он барои таъсиси низоми инноватсионии фурӯши молҳо вобаста ба имкониятҳо ва иқтисодии бозори мазкур мусоидат хоҳад намуд.

Аз ин нуқтаи назар, масъалаи ташаккулёбии ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ, зарурияти коркарди низоми мутобик мувофиқи идоракунии фаъолияти дистрибюторӣ, зарурати омӯзиши мавзӯи илмӣ тадқиқотии мазкурро муқаррар намуданд, ки вобаста ба он муҳимияти мазӯи омӯзиш ва арзиши амалии он муқаррар карда шудааст.

<sup>1</sup> Паёми Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон Эмомалӣ Раҳмон «Дар бораи самтҳои асосии сиёсати дохилӣ ва хориҷии ҷумҳурӣ» 23.12.2022. ш. Душанбе. Маводи электронӣ: <http://www.president.tj>

<sup>2</sup> Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то 2030 сол –с.9.

**Дарачаи таҳқиқи мавзӯи илмӣ.** Масъалаҳои муқаррарсозии нақш ва моҳияти фаъолияти дистрибюторӣ дар иқтисодиёт ва ташкили низоми тақсмоти мол байни истеҳсолкунандагону истеъмолкунандагон дар асарҳои зиёди олимони хориҷӣ ба мисли А.В. Сигансов, А.И. Савинская, А.О. Синисин, А. Тоджман, Г. Армстронг, Д.А. Бессонов, Д.В. Чулков, Д.В. Чернова, Е.А.Семенчин, Ж.К. Тарондо, И.В. Кочура, К.В. Анциборко, М.В. Сапенко, М. Горбачев, М.Х. Ибрагимова, Н.В. Астафева, Н.И. Войткевич, О.В. Мартякова, П.Г. Грабовый, Р.М. Качалов, Р.С. Исаев, Х. Картайя, С. Уилер, С. Флорессу, С.А. Уваров, С.Р. Чаведин, Ф.Котлер, Ф.М. Белз, Э. Хирш, Я. Газин, ва ғайра мавриди баррасӣ қарор гирифтааст.

Дар рушди масъалаҳои назариявӣ-методологии ташкил ва идоракунии фаъолияти савдо олимони хориҷие, ба мисли Д.Ксардель, Евгений Голубин, Ж.К. Тарондо, К. Ролниски, Т.И.Сорокина, ва ғайра нақши назаррас гузоштаанд.

Масъалаҳои ташаккулёбӣ ва рушди ҷанбаҳои алоҳидаи бозори хизматрасониҳои дистрибюторӣ ва идоракунии самаранокии фаъолияти дистрибюторӣ ва ҳамчунин фаъолияти савдои яқлукт дар бозори хизматрасониҳои миёнаравӣ дар асарҳои олимони иқтисодшиноси Ҷумҳурии Тоҷикистон, ба мисли А.Б. Мирсаидов, А.Д. Аҳроров, А.К. Начибуллоев, А.Р. Курбонов, А.С. Аҳмедов, Б.М. Ҷумъаев, Г.Б. Қамаров, Ғ.Ҷ. Ҷурабаев, З.Х. Лолаев, К.Р. Ашуров, Ҷ. Ниёзов, М. Абдулқарим, М.М. Шарипов, М.М. Мариншоев, М.С. Тулиев, Н.Я. Якубов, Х.Н. Фақеров, П. Хоҷаев, Р.К. Раҷабов, Р.К. Раҳимов, С. Қомаров, С.Н. Аминов, Т.Ҷ. Усманова, Т.Д. Низамова, Т.Х. Каримова, Ф. Мирзоаҳмедов, Ф.Р. Шаропов ва ғайраҳо дарҷ гардидаанд.

Аммо, сарфи назар аз, ин тадқиқоти томи масъалаҳои вобаста ба ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳоло гузаронида нашудааст.

**Робитаи таҳқиқот бо барномаҳо ва мавзӯҳои илмӣ.** Мавзуи кори диссертатсионӣ бо барномаҳои давлатии «Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030», «Стратегияи рушди саноат дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030», инчунин нақшаи илмӣ-тадқиқотии Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкорӣ Тоҷикистон алоқаманд мебошад.

#### **ТАВСИФИ УМУМИИ ТАҲҚИҚОТ:**

**Мақсади таҳқиқот.** Мақсади таҳқиқи диссертатсиониро омӯзиши масъалаҳои назариявии ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ ҳамчун шакли муосири миёнаравӣ байни истеҳсолкунандагон ва истеъмокунандагонии мол, хизматрасониҳои дистрибюторӣ, ҳамчунин, коркарди равишҳои методии ташкил ва идоракунии самаранокии фаъолияти дистрибюторӣ дар бозори молҳои истеъмолии Ҷумҳурии Тоҷикистон ташкил медиҳад.

**Вазифаҳои таҳқиқот.** Барои ноил гардидан ба мақсади гузошташуда дар кори диссертатсионӣ чунин масъалаҳо гузошта шуданд:

- таҳқиқи ҷанбаҳои назариявӣ-методии ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ ва муайянсозии нақши он дар иқтисодиёти бозорӣ;
- омӯзиши таҷрибаи хориҷии ташаккулиёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ;
- арзёбии вазъи муосир ва тамоюли рушди бозори фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон;
- коркарди моделсозии иқтисодӣ-математикии нишондиҳандаҳои бозори фаъолияти дистрибюторӣ ба воситаи муқаррарсозии омилҳои ба ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таъсиррасон;
- муқаррар намудани самтҳои асосӣ ва дурнамои рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон;
- коркарди тавсияҳои назариявӣ ва амалӣ оид ба мукамалгардонидани механизми рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон.

**Объекти таҳқиқотро** фаъолияти хоҷагидории ширкатҳои дистрибюторӣ ва ташкилотҳо дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ташкил медиҳанд.

**Мавзӯи таҳқиқотро** масъалаҳои назариявӣ ва методии ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ташкил медиҳанд.

**Фарзияи таҳқиқот** аз он иборат аст, ки дуруст интихоб намудани маҷроҳои ҳаракати мол, самаранокии расонидани мол аз истеҳсолкунандагон то ба нуқтаҳои фурӯши чаканаро баланд бардошта, хароҷотҳои алтернативиро дар самти фурӯш паст мекунад ва барои саривақт расонидан ва нисбатан самаранок қонёе намудани тақозоҳои истеъмолкунандагони охири мол мусоидат менамояд.

**Асосҳои назариявӣ** таҳқиқотро дастовардҳои илмӣ-иқтисодии муносири олимони ватанӣ ва хориҷӣ, маводҳои расмӣ Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, инчунин як қатор маводҳои конференсияҳои ҷумҳуриявӣ байналмилалӣ, семинарҳо, мизҳои муаввар, натиҷаҳои тадқиқоти илмӣ ва мақолаҳои илмӣ оид ба ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ ва ғайраҳо ташкил медиҳанд.

**Асосҳои методологии тадқиқот** ба истифодаи усулҳои диалектикӣ, комплексӣ, бисёрмили, ва SWOT-таҳлил асос мегирад. Илова бар ин, чунин усулҳои таҳқиқот истифода бурда шудаанд: пурсишнома, санҷиши экспертӣ, моделсозии математикӣ-иқтисодӣ, пешгӯикунӣ, таҳлили регрессионӣ ва ғайра. Ҳамаи ин имкон дод, ки салоҳият ва саҳеҳияти асоснокии натиҷаҳои бадастомада собит карда шуда, тавсияҳо ва ҳулосаҳои зарурӣ бароварда шаванд.

**Сарчашмаи маълумот.** Асосҳои иттилоотии таҳқиқоти илмиро барномаҳои, ки дар солҳои охир аз тарафи мақомотҳои давлатӣ, ҳокимияти иҷроияи Ҷумҳурии Тоҷикистон коркард ва таҳия карда шудаанд, маълумотҳои Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва мушоҳидаҳои шахсии муаллифи кори диссертатсионӣ ташкил медиҳанд.

**Пойгоҳи таҳқиқот.** Таҳқиқот дар кафедраи назарияи иқтисодиёт ва фаъолияти соҳибкории Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон гузаронида шудааст.

**Навгонии илмӣ таҳқиқот.** Дар кори диссертатсионӣ бори аввал натиҷаҳо оид ба муаммалгардонии низоми дистрибуцияи молҳои истеъмолий дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба даст оварда шудаанд, ки барои самаранок ва саривақт расонидани молҳои истеъмолий аз истеҳсолкунандагон ба истеъмолкунандагон, дар асоси ташаккул ва идоракунии маҷроҳои самаранокии дистрибуцияи мусоидат менамояд.

Ва махсусан:

- асосҳои назариявӣ ва методии ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дақиқ карда шуда, таърифи фаъолияти дистрибюторӣ аз ҷониби муаллиф ҳамчун шакли муносири миёнаравӣ пешкаш карда шудааст, ки маҷмуи амалҳои такроршаванда оид ба пешбарии мол аз истеҳсолкунанда ба истеъмолкунандагони ниҳоиро дар бар гирифта, мақсади дастрас намудан ва фурӯши саривақтии молро дар нуқтаҳои савдои чакана, дар асоси ба роҳ мондани фаъолияти дучониба байни тамоми субъектҳои раванди миёнаравӣ дар доираи шартномаи дистрибуцияро дарбар мегирад. Ҳамчунин нақш ва моҳияти фаъолияти дистрибюторӣ дар бозори молҳои озукаворӣ мукаррар карда шудааст;

- дар асоси омӯзиши таҷрибаи хориҷии рушди фаъолияти дистрибюторӣ равиши махсус оид ба ташаккулёбии низоми дистрибюторӣ ҳамчун усули самаранокии фурӯши мол дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод карда шудааст, амсилаҳои нисбатан самаранокии рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷудо карда шудаанд;

- вазъи муосир ва тамоюли рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар асоси таҳлили иқтисодии истеҳсолии корхонаҳои бахши озукаворӣ ва тамоюли рушди бозори истеъмолий арзёбӣ карда шудааст;

- модели иқтисодӣ-математикии ташаккулёбии рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бо дарназардошти омилҳои ба ташаккул ва рушди фаъолияти дистрибьюторӣ таъсиррасон дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия карда шудааст;

- самтҳои асосӣ ва дурнамои рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар заминаи асосноксозии механизми ташкилӣ-иқтисодии мукамалгардонии низоми ҷобачогузори истеҳсолот вобаста ба тақозои мардуми маҳаллӣ ва тақсим намудани молҳои озуқаворӣ дар минтақаҳои шаҳрӣ ва деҳот, зарурати васеъ намудани ҷуғрофияи бозори фурӯш, баланд бардоштани нақши ассотсиатсияи тиҷоратӣ ва институтҳои иҷтимоӣ дар дистрибутисияи молҳои истеъмолий, мукамал намудани низоми идоракунии маҷрои ҳаракати мол, баланд бардоштани самаранокии назорати фаъолияти таъминкунандагон, мукамал намудани инфра-сохтори бозори фаъолияти дистрибьюторӣ, ташкили маҷроҳои нисбатан самаранок ва динамикии нигоҳдорӣ, коркард, фурӯши мол ва ғайра пешкаш карда шудааст;

- аз тарафи муаллиф равишҳои илмӣ-методӣ ва амалӣ оид ба ташаккулёбии низоми самараноки дистрибутисияи молҳои озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешкаш карда шудаанд, ки принсипҳои самараноки ҳамкориҳои байни субъектҳои маҷроҳои мустақим ва ғайримустақими молро ба инобат гирифта, ба ташаккул додани шароитҳои зарурӣ барои расонидани мол аз истеҳсолкунанда ба истеъмолкунанда мусоидат мекунад.

#### **Нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда:**

- асосҳои назариявӣ ва методии таҳқиқоти ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дақиқ карда шудааст;

- равиши алоҳида оид ба ташаккулёбии низоми дистрибутисияи молҳо ҳамчун усули самараноки фаъолияти фурӯш дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешкаш карда шуда, амсилаҳои нисбатан самараноки ташаккулёбӣ ва рушди бозори дистрибьюторӣ дар асоси таҷрибаи хориҷӣ ҷудо карда шудаанд;

- вазъи муосир ва тамоюли рушди бозори фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон арзёбӣ карда шудааст;

- амсилаи иқтисодӣ-математикии ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибьюторӣ бо воситаи ошкор намудани омилҳои ба он таъсиррасон таҳия карда шудааст;

- самтҳои асосӣ ва дурнамои рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон муқаррар карда шудаанд;

- тавсияҳои илмӣ-методӣ оид ба ташаккулёбии низоми самараноки фаъолияти дистрибутисионии молҳои озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешкаш карда шудаанд.

**Аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот** вобаста ба имкониятҳои истифода намудани натиҷаҳои бадастомада, аз тарафи мақомотҳои давлатӣ, хангоми коркарди барномаҳои рушди иқтисодиву иҷтимоии мамлакат дар самти маркетинг, ошкорсозии самтҳо ва дурнамои рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, мукамалгардонии механизми танзими давлатии рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва имконияти истифодаи онҳо дар шакли маводҳои лексионӣ таҷассум меёбад. Маводи дар диссертатсия овардашуда барои мутахассисони соҳаи маркетинг ва шуъбаҳои фурӯш хело ҷолиб аст.

**Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот.** Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот бо таҳлили ҳаматарафаи адабиётҳои дахлдор ва таҳқиқотҳое, ки дар адабиётҳои махсус оид ба мавзӯи рисола нашр шудаанд, таъмин карда шудааст. Эътимоднокии натиҷаҳоро тадқиқоти таҷрибавӣ, ки муаллиф дар асоси усулҳои ҷамъоварӣ ва коркарди иттилоот, тасдиқи натиҷаҳои кор дар конференсҳои ҷумҳуриявӣ ва байналмилалӣ анҷом додааст, таъмин менамоянд.

**Мутобиқати диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ.** Навгонӣ ва натиҷаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ ба бандҳои зерини Шиносномаи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯи ихтисоси 08.00.10 - Менеджмент, маркетинг ва



нархгузорӣ (маркетинг) мутобиқат менамоянд: 1.6. Ташаккул ва рушди низомҳои муттаҳидшудаи иттилооти маркетингӣ, идоракунии муносибатҳо бо истеъмолкунандагон; 1.16. Стратегияҳо ва усулҳои ташкили маҷроҳои маркетингии тақсимои молу хизматрасониҳо; 1.17. Ташаккули низоми самараноки тақсимои молҳо дар ширкат, идоракунии фурӯш дар шароити муосири муҳити бозорӣ; 1.18. Рушди фаъолияти дистрибьюторӣ ва шабакаҳои дилерии фурӯши молу хизматрасониҳо, шабакаҳои яклухт ва чакана, маркетинги шабакавӣ; 1.24. Идоракунии пешбарӣ (таблиғ)-и молу хизматрасониҳо, аз ҷумла идоракунии фаъолияти намоишгоҳӣ.

**Саҳми шахсии довталаби дарёфти дараҷаи илмӣ дар таҳқиқот чунин аст:** Ҳамаи марҳилаҳои иҷрои нақшаи кори рисола, аз қабилӣ таҳияи мавзӯ, асосноккунии мубрамияти он, муқаррарсозии мақсад ва вазифаҳои кор бо иштироки бевоситаи муаллиф ба роҳ монда шудааст. Муаллиф дар омӯзиши асосҳои назариявӣ ва методии таҳқиқи нақш ва аҳамияти фаъолияти дистрибьюторӣ дар шароити бозорӣ, дар баҳодиҳии ҳолати кунунӣ ва тамоюли рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, муайянсозии самтҳои асосӣ ва роҳҳои рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон саҳми худро гузоштааст.

**Тасвиб ва амалисозии натиҷаҳои кори диссертатсионӣ.** Хулоса ва натиҷаҳои асосии таҳқиқоти рисола дар конфронсҳои илмию амалии байналмилалӣ, ҷумҳуриявӣ ва байнидонишгоҳӣ ва семинарҳои илмии Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон ба тасвиб расидаанд.

Муқаррароти назариявӣ ва амалии диссертатсия дар раванди таълими курсҳои «Маркетинг», «Маркетинг дар соҳаҳо ва доираи фаъолият», «Логистика», «Маркетинги байналмилалӣ», «Логистикаи байналмилӣ», «Савдои байналмилалӣ», «Менечмент ва маркетинг», «Ташкилот ва рушди тиҷорат», «Стратегия ва тактикаи идоракунии ташкилот», «Стандартизатсия ва идоракунии сифат» дар Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон истифода шудаанд.

**Интишорот аз рӯи мавзӯи диссертатсия.** Аз рӯи мавзӯи диссертатсия аз ҷониби муаллиф 43 кори илмӣ, иборат аз 19,75 ҷузъи ҷопӣ дар нашрияҳои гуногун, аз он ҷумла 7 мақолаи илмӣ дар маҷаллаҳои аз ҷониби КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тақризшаванда нашр карда шудааст.

**Сохтор ва ҳаҷми диссертатсия.** Диссертатсия аз муқаддима, се боби матни асосӣ, ки нӯҳ параграфро ташкил медиҳад, хулоса ва рӯйхати адабиёт иборат аст. Муҳтавои асосии кори диссертатсионӣ дар ҳаҷми 192 саҳифаи матни ҷопии компютерӣ иҷро гардида, 27 ҷадвал, 1 диаграмма ва 20 расмро дар бар мегирад. Рӯйхати адабиёти истифодашуда аз 197 номгӯй иборат аст.

#### **ҚИСМИ АСОСИИ ТАҲҚИҚОТ**

**Дар муқаддима** мубрамии мавзӯ ва сатҳи таҳқиқи масъала, мақсад ва вазифаҳо, объект ва предмети таҳқиқ, асосҳои назариявӣ ва амалӣ, сарчашмаи иттилоотӣ, дақиқии натиҷаҳои таҳқиқ, навгониҳои илмӣ ва аҳамияти амалӣ, тасвиб ва татбиқи натиҷаҳои таҳқиқ, интишорот ва сохтори диссертатсия дарҷ гаштааст.

**Дар боби якум «Асосҳои назариявӣ ва методологии ташаккулёбии ва рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар шароити муосир»**, асосҳои назариявии ташаккулёби ва рушди фаъолияти дистрибьюторӣ дар иқтисодиёти муосир таҳқиқ карда шуда, нақш ва моҳияти дистрибутисия дар иқтисодиёти бозорӣ ошкор карда шудааст, таҷрибаи хориҷии ташаккулёбии фаъолияти дистрибутисионӣ баррасӣ гардидааст.

Яке аз самтҳои нисбатан рушдкунандаи соҳаи гардиши мол дар шароити бозор дар дилхоҳ давлат ин фаъолияти дистрибутисионӣ ба ҳисоб меравад. Расонидани мол аз истеҳсолкунанда ба нуктаҳои фурӯши чакана дар замони муосир бе ташкили механизми самаранок фаъолияткунандаи дистрибутисионӣ имнокнопазир аст. Аз ин рӯ, барои

ташкили тақсимои самаранок ва фурӯши мол дар бозор нақши муҳимро фаъолияти дистрибюторӣ ишғол менамояд.

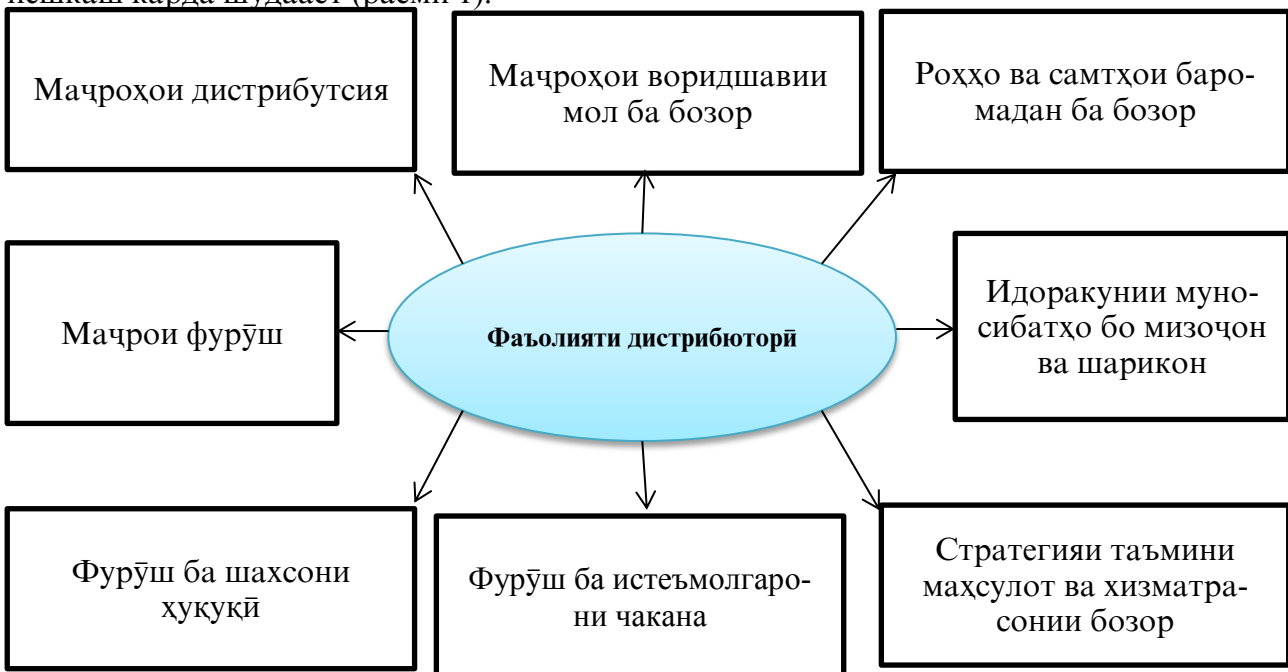
Тадқиқоти гузаронидашуда нишон дод, ки дар фаъолияти касбии имрӯзаи худ бисёр истеҳсолкунандагон молҳои истеҳсолкардашударо ба воситаи маҷроҳои мустақим ба истеъмолкунандагони ниҳой намефурӯшанд ва бо миёнаравони маркетингӣ ҳамкорихоро ба роҳ мемонанд.

Дар кори диссертатсионӣ мафҳуми фаъолияти дистрибутисионӣ шарҳ дода шуда, хусусиятҳои он дар бозорҳои молҳои истеъмоли ва тиёбиноти истеҳсоли дошта дақиқ карда шудааст, омилҳои таъсиррасон ба маҷроҳои тақсимои мол ошкор ва таснифоти стратегияҳои расонидани мол аз истеҳсолкунанда то ба истеъмолкунанда аз ҷониби муаллиф пешкаш карда шудааст.

Қайд мегардад, ки хангоми коркарди стратегияи маркетингӣ зарур аст, диқати беандоза ба таҳлили эҳтиёҷоти мизоч ҷудо карда шавад, эҳтиёҷоти онҳо муқаррар карда шуда, чораҳои зарурӣ оид ба қонё намудани онҳо андешида шавад.

Дар кор моҳияти моделҳои асосии шабакаҳои тақсимои шарҳ дода шудаанд ва хусусиятҳои хоси фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва давлатҳои хориҷӣ вобаста ба сабт, шакл ва сохтори тақсимои мол ошкор карда шудаанд. Аз ҷониби муаллиф хусусиятҳои хос ва проблемаҳои рушди фаъолияти маҷроҳои дистрибутисионӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ошкор карда шудааст. Собит карда шудааст, ки бартарияти истифода бурдани маҷроҳои фурӯши мол дар баланд бардоштани дараҷаи азхудкунии бозор, беҳтар намудани хизматрасонӣ ба мизоч, зиёд намудани ҳаҷми фурӯши мол ва баланд бардоштани самаранокии меҳнат дар корхона таҷассум меёбад.

Дар тадқиқоти илмӣ нақши фаъолияти дистрибюторӣ дар қонё намудани эҳтиёҷоти мизоч, васеъ гардонидани сабатҷаи истеъмолии молҳо ва хизматрасонии онҳо асоснок карда шуда, заминаҳои асосии ташаккулёбии пайдоиши дистрибутисия дақиқ карда шудаанд ва самтҳои асосии фаъолияти дистрибюторӣ аз ҷониби муаллиф пешкаш карда шудааст (расми 1).



Расми 1. Самтҳои асосии фаъолияти дистрибюторӣ

Сарчашма: Таҳияи муаллиф

Дар кор равиши маркетингии муқаррарсозии мафҳуми фаъолияти дистрибюторӣ оварда шуда, вазифаҳои асосии фаъолияти дистрибюторӣ дар раванди логистика ва фаъолияти миёнаравӣ ошкор карда шудааст. Мафҳуми дистрибутисия ҳамчун пешниҳод

намудани хизматрасонӣ ба раванди ҳаракати мол алоқаманд аз истеҳсолкунанда ба истеъмолкунанда тавсиф карда шудааст.

Аз ҷониби муаллиф шаклҳои мунтазам ва ғаримунтазами фаъолияти дистрибюторӣ ҷудо карда шуда, усулҳои мустақим ва бисёрсатҳии тақсимои молҳо ҷудо карда шуда, нишондиҳандаҳои иқтисодӣ ва функционалии муқарраркунандаи нақш ва моҳияти дистрибюторҳо дар низоми иқтисоди бозорӣ баррасӣ карда шудааст. Дар қор хусусиятҳои амалигардонии фаъолияти дистрибюторӣ тавзеҳ дода шуда, аз ҷониби муаллиф таснифоти намудҳои фаъолияти дистрибюторӣ пешкаш карда шудааст.

Дар қори тадқиқотӣ ҳулосабарорӣ карда шудааст, ки дар баробари ташкили раванди истеҳсолот дар ширкатҳо нақши муҳимро низоми фурӯш ва фаъолияти дистрибюторӣ ташкил медиҳад. Қайд карда шудааст, ки самаранокии фаъолияти дистрибюторӣ аз панҷ унсурҳои асосии он - стратегия, шарикон, нархгузорӣ, логистика ва назорат, алоқаманд аст, ки метавонад ба натиҷаи фаъолияти фурӯш таъсир расонад.

Дар асоси таҳқиқи таҷрибаи хориҷии танзими фаъолияти дистрибюторӣ аз тарафи муаллиф модели дистрибутисия қорқард карда шудааст. Қайд карда шудааст, ки ҳамгоми расонидани мол ба бозоре, ки берун аз мамлакат қойгир аст, зарур аст, на танҳои самараи иқтисодии он балки фарҳанги анъанавии он бозор ба инобат гирифта шавад. Шаклҳои ҳуқуқи пешбурди фаъолияти соҳибқорӣ барои ширкатҳои хориҷӣ, имтиёзҳои андозӣ, маъмурӣ ва хавфҳои гуногуни қойдошта ба инобат гирифта шавад. Ин имкон медиҳад, ки қарорҳои дурусти идорақунӣ қабул ва самаранокии фаъолияти низоми фурӯш таъмин карда шавад.

Дар асоси таҳлили таҷрибаи хориҷии ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ ҳулосабарорӣ карда шудааст, ки барои Ҷумҳурии Тоҷикистон дар байни давлатҳои таҳқиқ карда шуда, таҷрибаи Русия дар самти рушди хизматрасонии дистрибюторӣ ва ташаккули сегменти маллии фаъолияти дистрибюторӣ хеле қолиб аст.

**Дар боби дуюм, ки «Вазъи муосир ва тамоюли рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон»** унвон дорад, омилҳои таъсиррасон ба ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон арзёбӣ карда шуда, моделсозии иқтисодӣ-математикии омилҳои фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон тавсия шудааст.

Қайд карда мешавад, ки фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон яке аз соҳаҳои рушдкунандаи фаъолияти маркетингӣ ба шумор меравад. Муҳимияти фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба иқтидорӣ истеҳсолии қорхонаҳои мамлакат алоқаманд аст. Таъсиси низоми самаранокии фаъолияти дистрибюторӣ ва фурӯши мол дар оянда имкон медиҳад, ки ҳаҷми фурӯши молҳои истеҳсолшуда зиёд карда шуда, шабақаи фурӯши он дар тамоми минтақаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон таъсис дода шавад.

Тадқиқот нишон дод, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон усули анъанавии фурӯши мол нисбатан самаранок нест ва зарурияти мукамалгардонии он пеш меояд, ки пеш аз ҳама, он ба ташаккулёбии низоми инноватсионии фурӯши мол, вобаста ба иқтидор ва имкониятҳои бозори фаъолияти дистрибюторӣ, алоқаманд аст.

Барои муқаррар намудани иқтидори рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар қор таҳқиқи нишондиҳандаҳои иқтисодии бозори фаъолияти қорхонаҳои озуқаворӣ ба роҳ монда шудааст. Яке аз нишондиҳандаҳои муҳим дар ин самт динамикаи рушди гардиши савдои чакана ба шумор меравад, ки дар қадвали 1 оварда шудааст.

Қӣ тавре ки қадвали 1 нишон дода шудааст, дар соли 2021 ҳаҷми фурӯши молҳои чакана дар ташаккулёбии гардиши молҳои истеъмолӣ ва ғайриистеъмолӣ 8421,2 млн сомони ро ташкил дода, ба 4,2 маротиба нисбати соли 2012 зиёд гардидааст. Дар ин давра ҳиссаи бозорҳои чакана дар ташаккулёбии гардиши молҳои истеъмолӣ ва омехта 12795,8 млн. сомони ро ташкил дод, ки нисбати соли 2012 260% зиёд мебошад.

**Чадвали 1. - Динамикаи гардиши савдо дар Ҷумҳурии Тоҷикистон нисбати солҳои 2012-2021 бо нархҳои амалӣ, млн. сомонӣ**

| Нишондиҳандаҳо                                              | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019    | 2020    | 2021    |
|-------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Савдои чаканаи мағозаҳои молҳои озуқаворӣ ва ғайриозуқаворӣ | 1959,1 | 3165,3 | 3714,6 | 4227,8 | 4691,6 | 5470,2 | 5666,0 | 6609,4  | 7231,5  | 8421,2  |
| Савдои чакана ба воситаи бозорҳои хӯрокворӣ, ашё ва омехта  | 4903,5 | 5861,1 | 6413,9 | 7132,6 | 8080,6 | 8835,6 | 8923,7 | 10410,4 | 11276,4 | 12795,8 |

**Сарчашма:** Таҳияи муаллиф дар асоси маълумотҳои омили солони Ҷумҳурии Тоҷикистон, // Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маҷмӯаи оморӣ. – Душанбе, АОПҶТ, 2022. -С.342

Тамоюли зиётавии ҳаҷми гардиши шабакаҳои савдои чакана дар ташаккулёбии гадиши савдо, дар солҳои охир идома меёбад, ки ин аз баланд рафтани нақши онҳо дар амаликунии фуруши молҳои истеҳсолкардашуда таҷассум меёбад. Тамоюли мазкур аз он шаҳодат медиҳад, ки дар мамлакат иқтисори хуб барои рушди фаъолияти дистрибуторӣ вучуд дорад.

Таҳлил нишон дод, ки ҳаҷми гардиши савдои чаканаи молҳои озуқаворӣ ва ҳиссаи арзиши изофашуда дар нуқтаи ниҳии фуруши молҳо аз ҳаҷми истеҳсоли молҳои озуқаворӣ ва мавқеи ҷойгиршавии молистеҳсолкунандагони асосӣ алоқаманд аст.

Дар кори диссертатсионӣ аз тарафи муаллиф таҳлили тамоюли рушди фаъолияти дистрибуторӣ дар фуруши молҳои тақозои ҳамарӯза аз қабилҳои ҳасибҳо, равғани чорво, маҳсулоти ширӣ, орд, равғани растанӣ, нушоқиҳои ғайриспиртӣ ва ғайра гузаронида шудааст (чадвали 2).

Таҳлили истеҳсолоти молҳои озуқаворӣ дар солҳои охир нишон дод, ки дар давлат миқдори зарурии корхонаҳои истеҳсолӣ таъсис дода шудааст, ки қобиланд бозори дохилиро бо молҳои истеҳсоли ватанӣ таъмин намоянд. Дар солҳои охир рушди истеҳсолот дар чунин номгӯи молҳои озуқаворӣ нисбат ба соли 2017 мушоҳида гардид: рушди истеҳсоли маҳсулоти ҳасибӣ 120%, маҳсулоти макаронӣ 200%, маҳсулотҳои ширӣ 113%, равғани растанӣ 185%, обҳои маъданӣ 119%, маҳсулотҳои машруботӣ 161% маҳсулотҳои ғайримашруботӣ 242%, маҳсулоти қаннодӣ 244% ва консерваҳо 291%.

**Чадвали 2- Ҳаҷми истеҳсолоти озуқаворӣ дар солҳои 2017-2021 дар Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯи номгӯи молҳо**

| Номгӯи маҳсулот                             | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | Муқоиса (%) 2017-2021 |
|---------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------------|
| Маҳсулоти ҳасибӣ – т                        | 4942  | 4629  | 5039  | 7057  | 5952  | 120%                  |
| Равғани чорво, т.                           | 212,0 | 153,6 | 175,0 | 106,6 | 103,0 | 0,48%                 |
| Маҳсулоти макаронӣ, ҳаз т.                  | 4,6   | 4,4   | 3,4   | 6,0   | 9,5   | 200%                  |
| Маҳсулоти шири ҳолис ба ҳисоби шир, ҳаз. т. | 14,4  | 14,6  | 15,2  | 15,4  | 16,4  | 113%                  |
| Равғани растанӣ, ҳаз, т.                    | 12,7  | 16,3  | 21,6  | 23,9  | 23,6  | 185%                  |
| Обҳои маъданӣ, ҳаз. дал.                    | 1520  | 1533  | 1664  | 1232  | 1820  | 119%                  |
| Шароби ангур, ҳаз дал.                      | 10,9  | 13,1  | 10,1  | 16,4  | 17,6  | 161%                  |
| Нушоқиҳои беспирт, ҳаз -декалитр            | 7087  | 11198 | 12683 | 12358 | 17188 | 242%                  |
| Маҳсулоти қаннодӣ, ҳаз, т.                  | 12,8  | 13,9  | 15,3  | 17,4  | 31,3  | 244%                  |
| Консерва, млн. қутии шартӣ                  | 22,7  | 23,6  | 27,1  | 62,4  | 66,5  | 292%                  |

**Сарчашма:** Таҳияи муаллиф дар асоси маълумотҳои омили солони Ҷумҳурии Тоҷикистон, // Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маҷмӯаи оморӣ. – Душанбе, АОПҶТ, 2022. С. 264

Таҳлили динамикаи тағирёбии индекси нархҳои истеъмолӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон нишон дод, ки дар 10 соли охир баландравии сатҳи нархҳо ба чунин номгӯи молҳо мушоҳида мегардад: равғани чорво 2%, маҳсулоти макарон ва равғани растанӣ

67%, тухм 7%, орд 2%, нони гандумӣ 4 % ва нархҳои дигар молҳо бошад нисбати соли 2012 кохиш ёфтааст (ҷадвали 3).

**Ҷадвали 3 – Индекси нархҳои истеъмоли ба ғоиз нисбат ба солҳои пешина, %**

| Намгӯи маҳсулот                           | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|-------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Маҷмуи индекси нархҳои истеъмоли          | 105,8 | 105,1 | 106,1 | 105,8 | 105,9 | 107,3 | 103,8 | 107,9 | 108,6 | 109,0 |
| Ба маҳсулоти озуқаворӣ (азҷумла машрубот) | 103,6 | 105,4 | 107,5 | 106,8 | 105,0 | 109,1 | 102,5 | 111,0 | 111,7 | 110,3 |
| Маҳсулоти ҳасиб                           | 110,5 | 102,6 | 104,2 | 106,2 | 103,3 | 104,6 | 105,3 | 104,7 | 103,3 | 101,3 |
| Равғани чорво                             | 104,2 | 101,3 | 106,5 | 117,3 | 110,9 | 109,1 | 124,9 | 104,6 | 111,0 | 106,4 |
| Маҳсулоти макаронӣ                        | 102,2 | 107,6 | 100,5 | 108,9 | 114,9 | 102,0 | 99,7  | 107,2 | 125,7 | 107,8 |
| Маҳсулоти шири ҳолис ба ҳисоби шир        | 113,9 | 107,3 | 101,5 | 101,7 | 102,8 | 103,9 | 104,0 | 104,0 | 106,5 | 107,6 |
| Равғани растанӣ                           | 93,3  | 96,2  | 101,0 | 108,7 | 115,9 | 105,1 | 98,6  | 99,8  | 109,8 | 156,0 |
| Тухм                                      | 105,6 | 101,9 | 103,9 | 99,4  | 106,3 | 103,9 | 102,6 | 104,0 | 108,8 | 113,3 |
| Орд                                       | 101,2 | 114,6 | 98,3  | 120,8 | 98,8  | 99,7  | 98,5  | 121,8 | 124,1 | 103,9 |
| Биринҷ                                    | 115,5 | 98,6  | 112,8 | 110,0 | 99,1  | 88,7  | 108,0 | 118,9 | 101,9 | 95,8  |
| Нони гандум                               | 100,8 | 101,6 | 100,4 | 107,1 | 104,2 | 99,7  | 96,5  | 110,0 | 124,1 | 105,1 |

**Сарчашма:** Таҳияи муаллиф дар асоси маълумотҳои омили солонаи Ҷумҳурии Тоҷикистон, // Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маҷмуаи оморӣ. – Душанбе, АОПҶТ, 2022.-С. 145

Дар қори диссертатсионӣ омилҳои минтақавии таъсиррасон ба фаъолияти дистрибуторӣ ширкатҳои ҚДММ «Тачеро» ва ҚДММ «Алика» муқаррар қарда шудааст (ҷадвали 4). Хулосабарорӣ қарда шудааст, ки арзёбии дурусти таъсири омилҳои овардашуда имқон медиҳад маҷроҳои дистрибутсияи молҳо самаранок идора қарда шаванд.

**Ҷадвали 4 - Гурӯҳбандии омилҳои минтақавие, ки ба рушди дистрибутсия таъсир мерасонад**

| Гурӯҳбандии омилҳои минтақавӣ | Омилҳои қобилияти харидорӣ (Кpp)                                                                                          | Омилҳои сохтори бозор (Кms)                                                              | Омилҳои рушди дистрибутсия (Кdd)                                                                              |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зергурӯҳ                      |                                                                                                                           |                                                                                          |                                                                                                               |
| 1. Нишондиҳандаҳои минтақа    | Кpp1<br>Аҳоли<br>Ҳиссаи аҳолии минтақа дар шумораи умумии аҳолии мамлақат                                                 | Кms1<br>Ихтисосмандии минтақа<br>Ҳиссаи рақибони маҳаллӣ дар ҳаҷми умумии бозори минтақа | Кdd1<br>Дастрасии нақлиётӣ<br>Сатҳи дастрасии нақлиётӣ (зичии роҳ нисбат ба дараҷаи миёна ҷумҳурӣ)            |
| Нишондиҳандаҳои аҳоли         | Кpp2<br>Даромад ва хароҷот<br>Ҳиссаи даромади аҳолии минтақа нисбати ба даромади ҳаҷми умумии аҳолии мамлақат             | Кms2<br>Истеъмол<br>Суръати афзоиши истеъмолқунандаи ниҳоии хонаводагӣ                   | Кdd2<br>Урбанизатсия<br>Ҳаҷми аҳолии шаҳрнишини минтақа нисбати аҳолии умумии шаҳрнишини ҷумҳурӣ              |
| Нишондиҳандаҳои савдои чакана | Кpp3<br>Гардиши тичорат<br>Ҳиссаи гирдгардиши савдои чаканаи минтақа нисбати миқдори умумии гирдгардиши савдо дар ҷумҳурӣ | Кms3<br>Доираи тичорат<br>Ҳиссаи шабақаҳои фурӯш нисбати миқдори умумии нӯқтаҳои фурӯш   | Кdd3<br>Сохтори тичорат<br>Миқдори нӯқтаҳои фурӯши минтақа нисбати миқдори умумии нӯқтаҳои фурӯш дар мамлақат |

**Сарчашма:** // Таҳияи муаллиф

Дар қори илмӣ ҳавфҳои ташкилӣ, техникӣ, логистикӣ дар фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ таҳқиқ қарда шудааст. Аз тарафи муаллиф омилҳои асосии ҳавф дар

мачроҳои тақсимои молҳои озуқаворӣ ошкор карда шуда, ҳамчунин дараҷаи таъсиррасонии онҳо ба фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ муқаррар карда шудааст.

Дар асоси таҳлил ва хулосабарории усулҳои гуногуни идоракунии хавфҳои хоҷагидорӣ аз тарафи муаллиф тавсияҳо оид ба интихоби усули идоракунии хавфҳои хоҷагидорӣ дар корхонаҳои фаъолияти дистрибутории Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод карда шудаанд, ки дар ҷадвали 5 оварда шудааст.

**Ҷадвал 5 – Тавсияҳо оид ба идоракунии омилҳои, ки ба фаъолияти дистрибуторӣ таъсир мерасонад.**

| Номгӯи омилҳо                                                                                                          | Тавсияҳо оид ба усули идоракунии омилҳо                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тағйироти вазъи сиёсии кишвар, ки ба рушди фаъолияти соҳибкорӣ ҳалал мерасонад                                         | Банақшагирии стратегияи фаъолияти корхона;<br>Пешгӯии вазъи иқтисодии берунии кишвар, минтақаҳои тичоратӣ ва ғайра;<br>Мониторинги муҳити иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва ҳуқуқӣ.<br>Диверсификатсияи соҳаҳои тичорат, маркетинг ва таъминот, инчунин усулҳои расонидани маҳсулот ба истеъмолкунандагон ва истифодаи мачроҳҳои гуногуни таблиғот. |
| Интихоби нодурусти стратегияи таблиғотӣ                                                                                | Маркетинги фаъоли мақсаднок.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Муфлисшавии бонки хизматрасон                                                                                          | Тақсимои масъулият дар байни иштирокчиёни истеҳсолот ва хизматрасонӣ: ташкили шаклҳои гуногуни шартномаҳои ҳамгирӣ бо шарикони тичоратӣ.                                                                                                                                                                                              |
| Пайдоиши рақибони нав дар минтақа ё кишвар                                                                             | Диверсификатсияи соҳаҳои тичорат, маҳсулот, хизматрасонӣ, бозорҳои фурӯш.                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Ба таври ғайриҷашмдошт якбора баланд шудани нархи ашёи хом, масолах, лавозимот                                         | Мониторинг ва пешгӯии фаъолияти иқтисодии берунӣ, ташкили низоми захираҳо, интихоби корхонаҳои таъминкунандаи захиравӣ, аз ҷумла дар хориҷа, бастанӣ шартномаҳои ҳамкорӣ ва ғайра.                                                                                                                                                    |
| Ба вучуд омадани манбаи даромади ҷалбкунандаи коргарон, ки назар ба корхонаи мачудбуда ё ба дигар соҳаи бештар дилкаш. | Ба вучуд овардани низомӣ захиравии кадрҳо: доимӣ ташкил кардан ва пурра кардани захираҳои кадрҳо, иштирок кардан дар барномаҳои минтақавӣ ва ҷумҳуриявӣ тайёр кардани кадрҳои коргарӣ ва ғайра.                                                                                                                                       |

**Сарчашма:** Таҳияи муаллиф

Барои муқаррар намудани самаранокии ташкили фаъолияти дистрибуторӣ ва ошкорсозии самтҳои минбаъдаи рушди он дар рисола масъалаҳои моделсозии иқтисодии нишондиҳандаҳои фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ бо истифодабарии нишондиҳандаҳои муқарраркунандаи иқтисодии бозори хизматрасонии дистрибуторӣ дар мамлакат таҳқиқ карда шудааст.

Дар кори диссертатсионӣ барои моделсозӣ чунин маълумотҳо истифода карда шудаанд: соҳаи хизматрасонӣ, ҳаҷми савдои чакана, захираҳо дар соҳаи савдои чакана, даромади хоҷагии хонагӣ дар сол, сатҳи истифодабарии ТИК дар ҳангоми пешкаш намудани хизматрасониҳо аз тарафи ширкатҳои дистрибуторӣ, модели иқтисодӣ-математикии ширкатҳои дистрибуторӣ коркард карда шудааст (ҷадвали 6).

**Ҷадвали 6 – Нишондиҳандаҳои барои гузаронидани моделсозии иқтисодӣ-математикии ширкатҳои дистрибуторӣ, солҳои 2012-2021\***

| Сол \ Нишондиҳанда | Соҳаи хизматрасонӣ, млн. сомонӣ | Ҳаҷми савдои чакана, млн. сомонӣ | Захираҳои меҳнати савдои чакана, ҳаз. нафар | Даромади хоҷагии хонагӣ, дар сол, сомонӣ | Сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми хизматрасонии ширкатҳои дистрибуторӣ, бо % |
|--------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|                    | <i>Y<sub>i</sub></i>            | <i>I</i>                         | <i>RT</i>                                   | <i>HR</i>                                | <i>HI</i>                                                                  |
| 2012               | 16407,00                        | 9013,90                          | 137,5                                       | 3105,72                                  | 15,43                                                                      |

Давоми ҷадвали 6.

|      |          |         |       |         |       |
|------|----------|---------|-------|---------|-------|
| 2013 | 17583,80 | 11311,7 | 135,7 | 3522,96 | 15,91 |
| 2014 | 20863,40 | 12823,9 | 138,4 | 3883,68 | 16,40 |
| 2015 | 26411,90 | 14377,7 | 149,3 | 3571,32 | 16,91 |
| 2016 | 29077,40 | 16166,7 | 147,9 | 4213,68 | 17,43 |
| 2017 | 33589,70 | 18435,2 | 170,6 | 4489,44 | 17,97 |
| 2018 | 38493,00 | 20479,7 | 157,9 | 4917,36 | 18,53 |
| 2019 | 39572,00 | 24948,3 | 153,5 | 5708,64 | 19,10 |
| 2020 | 39191,70 | 27024,8 | 157,2 | 6217,20 | 19,69 |
| 2021 | 39323,70 | 33259,5 | 158,7 | 8210,04 | 20,30 |

\***Сарчашма:** Таҳияи муаллиф дар асоси маълумотҳои омили солонаи Ҷумҳурии Тоҷикистон, // Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Маҷмуаи омили. – Душанбе, АОПҶТ, 2022. [www.tajstat.tj](http://www.tajstat.tj).

Дар асоси маълумотҳои ҷадвали 6 коэффитсенти таҳлили коррелятсияи ширкатҳои дистрибуторӣ ҳисоб карда шудааст (ҷадвали 7).

**Ҷадвали 7. - Коэффитсенти таҳлили коррелятсионии нишондиҳандаҳои ширкатҳои дистрибуторӣ\***

|                 | <i>I</i> | <i>RT</i> | <i>HR</i> | <i>HI</i> | <i>L of ICT</i> |
|-----------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------------|
| <i>I</i>        | 1,0000   |           |           |           |                 |
| <i>RT</i>       | 0,9001   | 1,0000    |           |           |                 |
| <i>HR</i>       | 0,8308   | 0,6730    | 1,0000    |           |                 |
| <i>HI</i>       | 0,8084   | 0,9805    | 0,5749    | 1,0000    |                 |
| <i>L of ICT</i> | 0,9590   | 0,9841    | 0,7514    | 0,9352    | 1,0000          |

\***Сарчашма:** Таҳияи муаллиф дар асоси маълумотҳои ҷадвали 6.

Аз ҷадвали 7 бар меояд, ки коэффитсенти коррелятсияи чуфтӣ барои нишондиҳандаҳои ҷойдошта чунинанд: *RT* - ҳаҷми савдои чакана (млн. сомонӣ), *HR* - захираҳои меҳнатӣ дар соҳаи савдои чакана (ҳаз. одам) *HI* - даромади хоҷагиҳои хонагӣ (дар сол, сомонӣ), *L of ICT* сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми пешниҳод намдани хизматрасониҳои дистрибуторӣ (бо %).

Аз тарафи муаллиф моделсозии басёромилаи иқтисодӣ-математикии нишондиҳандаҳои ширкатҳои дистрибуторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон гузаронида шудааст (ҷадвали 8).

**Ҷадвали 8 – Натиҷаи моделсозии басёромилаи иқтисодӣ-математикии нишондиҳандаҳои ширкатҳои дистрибуторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон\***

|                                                                                                           | <i>Зарибҳо</i> | <i>Ҳатогиҳои стандартӣ</i> | <i>t-омор</i> | <i>P-қимат</i> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------|---------------|----------------|
| Ү-бурриш                                                                                                  | -88460,1       | 76497,2                    | -1,1564       | 0,2998         |
| Ҳаҷми савдои чакана (млн. сомонӣ), <i>RT</i>                                                              | 0,8301         | 1,9843                     | 0,4183        | 0,6931         |
| Захираҳои меҳнатӣ дар самти савдои чакана (ҳаз. нафар), <i>HR</i>                                         | 11,431         | 129,6307                   | 0,0882        | 0,9332         |
| Даромади хоҷагии хонаводагӣ (дар сол, сомонӣ), <i>HI</i>                                                  | 6,4094         | 4,8451                     | 1,3228        | 0,2432         |
| Сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми расонидани хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибуторӣ (бо %), <i>L of ICT</i> | 743864         | 562788                     | 1,3217        | 0,2435         |

\***Сарчашма:** Таҳияи муаллиф

$$Y_i = -88460,1 + 0,8301RT + 11,431HR + 6,4094HI + 743864L \text{ of } ICT \quad (1)$$

Ҳисоби моделсозии иқтисодӣ-математикии аз рӯи усули регрессионӣ нишон дод, ки рушди минбаъдаи фаъолияти ширкатҳои дистрибьюторӣ ба чунин омилҳо алоқаманданд: ҳаҷми савдои чакана, захираҳои меҳнатӣ дар соҳаи савдои чакана, даромади хоҷагиҳои хонагӣ, сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми расонидани хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибьюторӣ.

Ҳисоби маълумотҳои овардашуда нишон медиҳад, ки барои зиёд намудани фаъолияти ширкатҳои дистрибьюторӣ зарур аст, ҳаҷми савдои чакана ба миқдорӣ 0,8301 млн. сомонӣ, захираҳои меҳнатӣ дар самти савдои чакана ба 114 нафар, даромади хоҷагиҳои хонагӣ ба 6409,4 сомонӣ ва сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми расонидани хизматрасониҳои дистрибьюторӣ 7,43 % зиёд карда шавад.

Дар рисола аз тарафи муаллиф коэффитсиенти таҳлили коррелятсионии нишондиҳандаҳои фаъолияти ширкатҳои дистрибьюторӣ бо назардошти таъсири омилҳои гурӯҳи дуюм муқаррар карда шудааст (ҷадвали 9).

**Ҷадвали 9 Коэффитсенти таҳлили коррелятсионии нишондиҳандаҳои фаъолияти ширкатҳои дистрибьюторӣ бо назардошти омилҳои дараҷаи дуюми таъсиррасон\***

|                     | $Y_i$  | VDC    | HI     | $L \text{ of } ICT$ |
|---------------------|--------|--------|--------|---------------------|
| $Y_i$               | 1,0000 |        |        |                     |
| VDC                 | 0,6607 | 1,0000 |        |                     |
| HI                  | 0,9641 | 0,5749 | 1,0000 |                     |
| $L \text{ of } ICT$ | 0,9484 | 0,7514 | 0,9352 | 1,0000              |

\*Сарчашма: Таҳияи муаллиф

Маълумоти ҷадвали 9 нишон медиҳад, ки коэффитсенти коррелятсионии ҷуфтӣ барои нишондиҳандаҳои ҷойдошта ба ҳаҷми хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибьюторӣ алоқаманд аст.

Натиҷаи таҳқиқоти бисёромиллаи иқтисодӣ-математикии моделсозии нишондиҳандаҳои фаъолияти ширкатҳои дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бо назардошти гурӯҳи дуюми омилҳо дар ҷадвали 10 оварда шудааст.

**Ҷадвали 10 – Моделсозии бисёромиллаи иқтисодӣ-математикии нишондиҳандаҳои фаъолияти ширкатҳои дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон**

|                                                                                                                | Зарибҳо  | Ҳамогиҳои стандартӣ | t- омор | P- қимат |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------|---------|----------|
| Ҷ-бурриш                                                                                                       | -15565,5 | 14826,08            | -1,0499 | 0,3342   |
| Ҳаҷми хизматрасонии ширкатҳои дистрибьюторӣ, млн. сомонӣ, VDC                                                  | 440,942  | 836,1256            | 0,5274  | 0,6169   |
| Даромади хоҷагии хонаводагӣ дар як сол, сомонӣ, HI                                                             | 3,17959  | 1,398331            | 2,2739  | 0,0633   |
| Сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми расонидани хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибьюторӣ (бо %), $L \text{ of } ICT$ | 95405,2  | 164711,7            | 0,5792  | 0,5835   |

\*Сарчашма: Таҳияи муаллиф

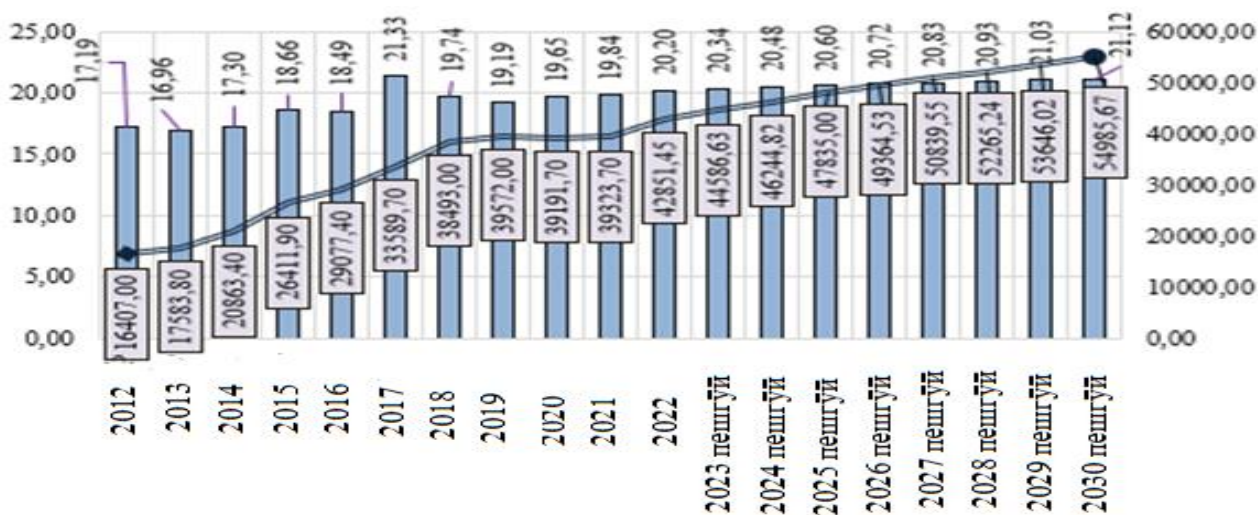
$$Y_i = -15565,5 + 440,942VDC + 3,17959HI + 95405,5L \text{ of } ICT \quad (2)$$

Ҳисоб аз рӯи омилҳои таъсиррасони дараҷаи дуюм нишон медиҳад, ки барои рушди объектҳои таҳқиқшаванда зарураст ҳаҷми хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибьюторӣ ба ҳаҷми 440,942 млн. сомонӣ зиёд карда шавад.

Натиҷаҳои бадастовардашуда имкон медиҳад, ки марҳилаи дигари моделсозии иқтисодӣ-математикии пешгӯии нишондиҳандаҳои асосии ширкатҳои дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон гузаронида шавад.

Дар идома маълумотҳои пешгӯии нишондиҳандаҳои соҳаи хизматрасонӣ ва ширкатҳои дистрибьюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистонро баррасӣ менамоем (расми 2).





Расми 2. Пешгӯии нишондиҳандаҳои соҳаи хизматрасонӣ ва ширкатҳои дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон то давраи 2030.

$$y = 14351x^{0,4562}$$

$$R^2 = 0,9392$$

Натиҷаи пешгӯии нишондиҳандаҳои соҳаи хизматрасонӣ аз он шаҳодат медиҳад, ки дар соли 2030 ҳаҷми пешниҳоди хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибюторӣ ба 15661,97 сомонӣ нисбат ба соли 2012 зиёд мешавад ё ин ки ба 78% (2030/2012). Саҳеҳияти натиҷаи пешгӯӣ чунин аст  $R^2 = 0,9392$ .

$$y = 16,611x^{0,0816}$$

$$R^2 = 0,6503$$

Натиҷаи пешгӯии нишондиҳандаҳои фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ аз он шаҳодат медиҳад, ки дар соли 2030 нисбат ба соли 2012 ҳаҷми хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибюторӣ 1,47 (2030/2012) зиёд мегардад ё худ ба 81% (2030/2012). Саҳеҳияти натиҷаи пешгӯӣ чунин аст:  $R^2 = 0,6503$ .

Дар рисола собит карда шудааст, ки татбиқи натиҷаҳои моделсозии иқтисодӣ-математикии гузаронидашуда дар фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ имкон медиҳад, ки масъалаҳои муосир дар ин самт ҳалли худро ёбанд.

Ҳамин тавр барои зиёд намудани ҳаҷми хизматрасониҳои ширкатҳои дистрибюторӣ чунин тавсияҳо пешниҳод намудан мумкин аст:

1. Баланд бардоштани нақши давлат ҳамчун кафили ширкатҳои дистрибюторӣ;
2. Паст намудани хавфҳо ва таҳдидҳо ба воситаи татбиқи технологияи пешрафта;
3. Татбиқи моделҳои иқтисодӣ-математикӣ бо мақсади самаранок гардонидани фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ;
4. Қорқард ва қабули усулҳои нави идоракунии ширкатҳои дистрибюторӣ;
5. Мукамал гардонидани заминаҳои ҳуқуқӣ ва меъёри ширкатҳои дистрибюторӣ бо назардошти таҷрибаи пешрафта;
6. Фароҳам овардани шароитҳои мусоид барои рушди фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ дар сатҳи минтақаҳо ва ҷумҳурӣ.

**Дар боби сеюм «Самтҳои асосӣ ва роҳҳои мукамалгардонии механизми фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон»** тадбирҳо оид ба мукамалгардонии механизми ташкилӣ-иқтисодии рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешкаш карда шудаанд. Роҳҳои таъмини самаранокии маҷроҳои мустақим ва ғайримустақими дистрибуцияи молҳо дар бозори молҳои озуқаворӣ Ҷумҳурии Тоҷикистон пешкаш карда шудааст. Самтҳои асосӣ ва роҳҳои рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ошкор карда шудааст.

Дар рисола оид ба баҳогузориҳои самаранокии қарорҳо дар самти идоракунии маҷроҳои фурӯш дар асоси ошкор сохтани шароитҳои аниқ ва омилҳои рушди

мачроҳои дистрибуторӣ пешкаш карда шудааст. Аз тарафи муаллиф алгоритми қабули қарорҳо, баҳодихии самаранокии фаъолияти дистрибуторӣ ва механизми ташкили дистрибутсияи молҳо аз истехсолкунанда ба истеъмолкунанда пешкаш карда шудааст (расми 3).

Дар қор проблемаҳои асосии дисрибутсияи молҳои озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ошқор карда шудааст. Хулосабарорӣ карда шудааст, ки қисми муҳимтари фаъолияти фурӯши молҳои ширкатҳои озуқаворӣ дар шароити бозор ба интиҳоби дурусти таъминкунандаи молҳо дар бозор ва идоракунии самаранокии фаъолияти дистрибуторӣ алоқаманд аст. Рақобатпазирӣ ва самаранокии фаъолияти корхонаҳои озуқаворӣ дар аксари ҳолатҳо ба интиҳоби дурусти мачроҳои ҳаракати мол алоқаманд аст.

Дар рисола проблемаҳои ошқор кардашудаанд, ки ширкатҳо ҳангоми интиҳоби мачроҳои дистрибутсия ба он дучор мегарданд: миқдори маҳдуди бино барои нигоҳ доштани мол, норасоии анборҳои нигоҳдории мол, кам будани харидорони алтернативӣ дар минтақа, миқдори маҳдуди яклухтфурӯшон, набудани шартномаҳои доимӣ бо ширкатҳои дистрибуторӣ, ба дараҷаи зарурӣ рушд накардани кооператсияи истехсолӣ ва ғайраҳо.

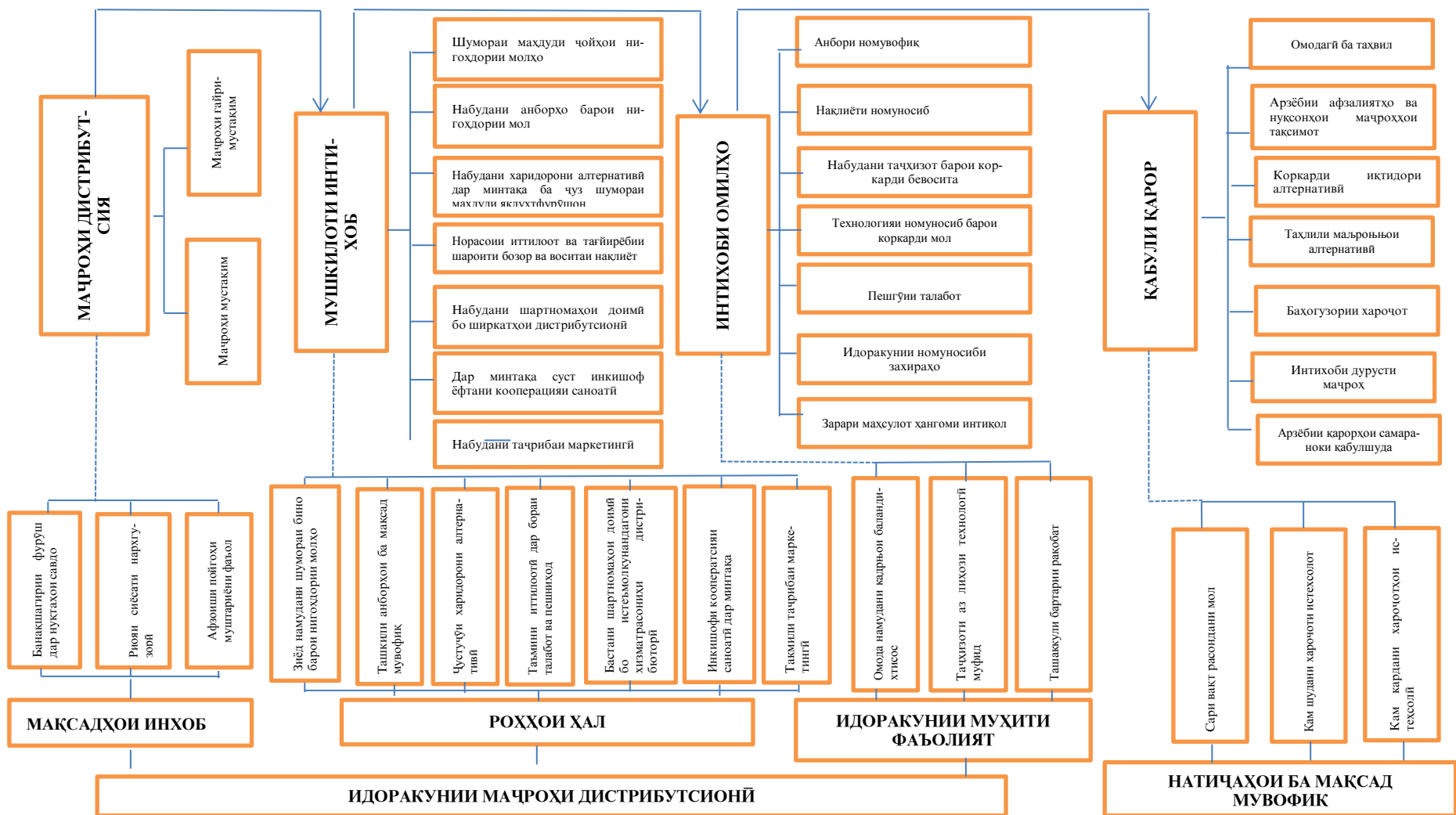
Тадқиқот нишон дод, ки ширкатҳои озуқаворӣ ҳамгоми интиҳоби мачрои ғайримустақими дистрибутсияи молҳо баргариӣ зиёдро соҳиб мешаванд.

Ширкатҳои, ки дар шаҳри Душанбе фаъолият менамоянд, пеш аз ҳама, мачрои мустақими дистрибутсияи молҳо то супермаркетҳо ва бозорҳои яклухт афзал мешуморанд, ки ин пеш аз ҳама, ба арзониҳои воситаҳои нақлиёт дар дохили шаҳр, имконияти ба роҳ мондани муносибатҳои мустақим бо фурӯшандагони молҳои чакана, имконияти фурӯши молҳои зиёд алоқаманд аст. Интиҳоби мачрои ғайримустақими ҳаракати мол аз тарафи истехсолкунандагони молҳои ғайриистеъмолӣ, пеш аз ҳама, ба он алоқаманд аст, ки онҳо яқбора аз нуқтаи фурӯш пардохтро соҳиб мешаванд ва ба паст намудани хавфи корношоямии мол боис мегардад. Ин имконият медиҳад, ки ташкилотҳо молҳои истехсолнамудаи худро дар ҳуди корхона ва бо хароҷоти ками нигоҳдории мол ба савдо бароранд. Мачрои мустақими дистрибутсияи мол барои ширкатҳои истехсолкунанда, пеш аз ҳама, ба мавҷудияти воситаҳои махсуси ҳамлу нақл алоқаманд аст, ки он нақши назаррасро дар расонидани мол ба истехсолкунанда иҷро менамояд.

Дар асоси тадқиқоти гузаронидашуда, дар қори илмӣ механизми идоракунии дистрибутсияи молҳои озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешкаш карда шудааст (расми 4).

Дар қор хулосабарорӣ карда шудааст, ки муқаммал намудани мачрои дистрибутсияи молҳо ба зиёд намудани фурӯши мол мусоидат намуда, нақши муҳимро дар рушди фаъолияти соҳибқорӣ ва истехсолӣ мегузорад ва ҳамчунин имкон медиҳад, ки шароити мусоид барои рушди босуръати фаъолияти фурӯш муҳайё карда шуда, самаранокии он ба роҳ монда шавад, ки ин дар навбати худ барои ноил гардидан ба рушди босуботи иқтисодӣ дар мамлакат мусоидат менамояд. Дар баробари ин, рушди устувори низоми дистрибутсияи молҳо аз ташкили самаранокии низоми истехсолот, нигоҳдорӣ, тақсимо-ти молҳои озуқаворӣ алоқаманд аст.





Расми 4. Механизми рушди дистрибуцияи молҳои озукаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон  
Сарчашма: Таҳияи муаллиф

Дар диссертатсия самтҳои стратегии рушди бозори хизматрасониҳои дистрибуторӣ дар асоси мукамал намудани таъминоти иттилоотии низоми пешниҳоди хизматрасониҳои дистрибуторӣ, мукамаллозии низоми локализатсияи истеҳсолот вобаста ба тақозои мардуми маҳалӣ ва расонидани молҳои озуқаворӣ аз минтақаи деҳот ба шаҳр, васеъ гардонидани ҷуғрофияи бозори хизматрасонии дистрибуторӣ, баланд бардоштани нақши ассотсиатсияҳои тиҷоратӣ ва институтҳои иҷтимоӣ дар дистрибутсияи молҳои озуқаворӣ, мукамал намудани низоми идоракунии маҷроҳҳои дистрибутсионӣ, баланд бардоштани сифати назорати фаъолияти таъминкунандагон, идоракунии сатҳи нархҳо дар нуқтаҳои фурӯши чакана, таъсиси шабакаҳои иттилоотии электронӣ дар низоми дистрибутсияи молҳо, мукамал намудани инфрасохтори бозори хизматрасониҳои дистрибуторӣ ва ғайра пешниҳод карда шудааст.

Таҳлили бозори фаъолияти дистрибуторӣ нишон медиҳад, ки рушди сифатноки фаъолияти дистрибуторӣ ба рақобатпазирии иқтисодии мамлакат дар умум таъсири назаррас мерасонад. Собит карда шудааст, ки фаъолияти дистрибуторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон иқтидори васеи истифода нашуда барои рушди инноватсиониро дорост.

### ХУЛОСА

Дар натиҷаи таҳқиқоти гузаронидашуда дар самти ташаккулёбӣ ва рушди фаъолияти дистрибуторӣ дар замони муосир (дар мисоли Ҷумҳурии Тоҷикистон) чунин тавсияҳо пешниҳод карда шуданд:

1. Дар қор қоидаи бозори дистрибутсия аз ҷониби муаллиф ҳамчун шакли муносири миёнаравӣ, ки аз маҷмуи амалҳои тақдоршаванда оиди ба ҳаракат овардани мол аз истеҳсолкунанда то ба истеъмолкунандагонии ниҳой бо мақсади дастрасии саривактӣ онҳо дар фурӯши чакана ва фурӯши онҳо дар асоси ба роҳмондани фаъолиятҳои дучониба байни тамоми субъектҳои раванди миёнаравӣ дар доираи шартномаи дистрибуторӣ ба шумор меравад. Ҳамчунин, нақш ва моҳияти фаъолияти дистрибуторӣ дар бозори молҳои озуқаворӣ ошкор карда шудааст. [2-М];

2. Таҳқиқот нишон дод, ки нақш ва мавқеи фаъолияти дистрибуторӣ дар ҳаракати молҳои озуқаворӣ ба моҳияти иқтисодӣ ва функционалии он асос мегирад. Моҳияти иқтисодӣ ин ба паст намудани хароҷотҳо ҳамгоми расондани мол аз истеҳсолкунанда то ба фурӯшанда бо интиҳоби дурусти маҷроҳҳои тақсимои мол ифода меёбад. Моҳияти функционалии дистрибутсия бошад, ба расонидани саривактӣ мол ба нуқтаи фурӯши чакана ва ба истеъмолкунандагонии ниҳой мувофиқи қобилияти харидории онҳо ва ба воситаи роҳи пешакӣ муқарраршуда таҷассум меёбад. [31-М];

3. Дар асоси таҳқиқи таҷрибаи хориҷии танзими фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ дар рисола хулосабарорӣ карда шудааст, ки дар байни давлатҳои таҳқиқгардида таҷрибаи нисбатан мусоидтар таҷрибаи Русия ба шумор меравад, ки онҳо тавони-станд дар муддати 20 сол мавқеи ширкатҳои дистрибутории хориҷиро танг намуда, шабакаҳои ватании дистрибуториро таъсис диҳанд. Бартарияти таҷрибаи Русия дар он таҷассум меёбад, ки онҳо на танҳо хизматрасонии дистрибуториро дар дохили мамлакат, балки берун аз он низ ба роҳ монданд. Дар баробари ин, афзалияти аввалиндараҷа ба дистрибутсияи молҳои ватанӣ дода мешавад. [25-А];

4. Таҳқиқот нишон дод, ки дар бозорҳои минтақавии Тоҷикистон душворихои зиёд дар самти рушди инфрасохтори фаъолияти тиҷоратӣ ҷой дорад. Инфрасохтори роҳу нақлиёт барои расонидани молҳои озуқаворӣ рушд накардааст, ки ҳангоми расонидани молҳо ба минтақаҳои деҳот саривакт, махсусан дар мавсими зимистон мушкилӣ эҷод мекунад. Суръати бунёди унсурҳои инфрасохтор, нисбат дар муқоиса ба дараҷаи рушди аҳоли ва ҳаҷми истеҳсоли молҳо дар давлат заифтар аст. Дар баробари ин, сармоягузорӣ ба инфрасохтори фаъолияти тиҷоратӣ аз тарафи ширкатҳои хусусӣ, аз сабиби маҳдуд будани омилҳои ҳавасмандкунанда маҳдуд аст. Ҳамзамон, инфрасохтори нақлиётӣ ва анборкунонии молҳои зуд вайрон шаванда ва озуқаворӣ дар минтақаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон рушд накардаанд. Аз ин нуқтаи назар, рушд ва беҳтар намудани

инфрасохтори шабакаи савдои чакана дар замони муосир яке аз масъалаҳои мубрам барои ширкатҳои тичоратии ватанӣ ба шумор мераванд. Зарур шуморида шудааст тадбирҳои алоҳида дар самти рушди инфрасохтори логистикӣ, зиёд намудани нуктаҳои фурӯши моли чакана, таъсиси марказҳо ва шабакаҳои ватании тақсмоти мол, анборкунонии комплексӣ, хизматрасонии экспедиторӣ ва ғайра андешида шавад. Тадқиқот нишон дод, ки рушди босифати амалиётҳои дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба мукамал гардонидани қонунгузориҳо дар самти дистрибутсия ва ташаккулёбии омори ягонаи давлатӣ дар ин самт алоқаманд аст. [5-М];

5. Натиҷаи тадқиқоти бисёромили моделсозии иқтисодӣ-математикии нишондиҳандаҳои ширкатҳои дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон нишон дод, ки рушди минбаъдаи фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба чунин омилҳо алоқаманд аст: ҳаҷми фурӯши чакана, захираҳои меҳнатӣ дар соҳаи фурӯши чакана, даромади хоҷагиҳои хонагӣ, сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми пешниҳод намудани хизматрасониҳои дистрибюторӣ. Ҳисоби маълумотҳои интиҳобкардашуда нишон медиҳад, ки зиёд намудани ҳаҷми савдои чакана ба миқдори 0,8301 млн. сомонӣ, захираҳои меҳнатӣ дар самти савдои чакана 114 нафар ва даромади хоҷагиҳои хонагӣ ба 6409,4 сомонӣ, сатҳи истифодабарии ТИК ҳангоми пешниҳод намудани хизматрасониҳои дистрибюторӣ ба 7,43% ва зиёд намудани ҳаҷми хизматрасонии дистрибютрӣ ба 440,942 млн. сомонӣ оварда мерасонад. [41-М]

6. Таҳлили фаъолияти дистрибюторӣ аз он гувоҳӣ медиҳад, ки рушди сифатноки фаъолияти дистрибюторӣ метавонад ба рақобатпазирии иқтисодии мамлакат дар умум таъсир расонад. Бо назардошти ин, дар рисола хулосабарорӣ карда шудааст, ки рушди минбаъдаи фаъолияти дистрибюторӣ ҳамчун комплекси вазифаҳои ба ҳам алқаманди ташкили фурӯш ва тақсмоти молҳо яке аз вазифаҳои муҳими иқтисодӣ-иҷтимоӣ дар раванди идоракунии андӯҳи молҳо байни истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагон ба шумор меравад. [3-М];

7. Қисми чудонашавандаи фаъолияти фурӯши молҳои ширкатҳои озуқаворӣ дар шароити бозор ба интиҳоби дурусти таъминкунандаи мол дар бозор ва идоракунии самаранокии фаъолияти дистрибюторӣ алоқаманд аст. Рақобатпазирӣ ва самаранокии фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ аз интиҳоби оқилона ва пурсамари маҷроҳҳои дистрибутсия вобастагӣ дорад. [37-М];

8. Мукамал гардонидани маҷроҳҳои дистрибутсия метавонад барои ҳавасманд намудани фурӯш мусоидат намуда, нақши муҳимро дар рушди фаъолияти истеҳсолӣ ва соҳибкорӣ бозад, ҳамчунин шароити мусоидро барои рушди босуръати фаъолияти фурӯш ва баланд бардоштани самарнокии он бозад, ки дар навбати худ ба рушди устовори иқтисодии мамлакат мусоидат хоҳад намуд. [3-М]

#### **ТАВСИЯҲОИ УМУМИИ ИСТИФОДАБАРИИ АМАЛӢ**

9. Таҳлили фаъолияти дистрибюторӣ аз он гувоҳӣ медиҳад, ки рушди босифати фаъолияти дистрибюторӣ ба рақобатпазирии иқтисодии мамлакат дар умум метавонад таъсир расонад. Бо назардошти ин дар диссертатсия қайд мегардад, ки рушди минбаъдаи фаъолияти дистрибюторӣ ва мукамал гардонидани сохтори он яке аз вазифаҳои мубрами иқтисодӣ-иҷтимоӣ ба шумор меравад. Фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон иқтидорҳои васеи истифоданашударо дорост, ки ба рушди тақозои истеъмолии аҳоли, ба истифода додани иқтидорҳои нави истеҳсолӣ ва зиёд гардидани миқдори умумии масоҳатҳои савдо ва ғайра алоқаманд аст. [7-М];

10. Тадқиқоти гузаронидашуда нишон дод, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон фаъолияти бисёри ширкатҳои дистрибюторӣ дар бозорҳои шаҳрӣ ва минтақаҳои се-рахолӣ маҳдуд мегардад. Аз ин нуктаи назар, самти муҳими рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар мамлакат, васеъ намудани ҷуғрофияи фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ, бо назардошти баромадан ба сегментҳои бозорҳои минтақавӣ ва деҳот, алоқаманд аст. Васеъ гардонидани бозори ҷуғрофияи бозори фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ имкон медиҳад, ки даромади онҳо зиёд гардонида шавад. Ин дар навбати худ

ба баланд бардоштани эътибору нуфузи ин ширкатҳо дар бозорҳои минтақавӣ таъсир мерасонад, ки ниҳоят ба ташаккулёбии боварии истеъмолкунандагон ба онҳо мусоидат мекунад. Фаъолияти самараноки дистрибуторӣ дар бозорҳои дар сатҳи милли ба дурӯст ташкил намудани раванди дистрибутсия ва имконияти ба роҳ мондани хизматрасонии фаврӣ оиди қонёнамудани тақозои ширкатҳои тичоратӣ, ворид намудани технологияи рақамӣ дар раванди фурӯш ва татбиқи равиши чандирӣ дар шароити конъюнктураи бозор ва афзалшумории дархосткунандагон алоқаманд аст. [5-М];

11. Дар рисола механизми идоракунии фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ пешниҳод карда шудааст. Механизми пешниҳодшуда маҷмуи амалҳои идоракуниро дар фаъолияти тичоратии ширкатҳои дистрибуторӣ дар бар мегирад. Ин амалҳо шартан маҷмуи чорабиниҳоро оид ба ташаккули дархостҳо, омодаسازی ва анборкунонии мол, борпечкуннонии он, идоракунии захираҳо ва ниҳоят ҳамлу нақли онҳоро дар бар мегирад. Ошкор карда шудааст, ки идоракунии фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ сарғоз аз марҳилаи таъсиси ташаккулдиҳии захираҳо, ки дар навбати худ як қатор чорабиниҳоро дар самти барасмиятдарории ҳуҷатҳо, ташкили баҳисобгирӣ ва ғайраро дар бар мегирад. Татбиқи механизми пешниҳодшуда дар амалия имкон медиҳад, ки нисбатан шароитҳои мусоид барои рушди фаъолнокии соҳибкорӣ дар мамлакат дар соҳаи фаъолияти савдо таъмин карда шуда, рушди устувори он дар тамоми шароитҳо таъмин карда шавад. Дар баробари он, баназар гирифтани тамоми омилҳои дар боло овардашуда имкон медиҳад, ки самаранокии фаъолияти дистрибуторӣ, нигоҳдории хароҷотҳои истеъмолӣ дар сатҳи қобили қабул ва зиёд намудани номгуи молҳо дар бозори истеъмолӣ беҳтар ба роҳ монда шавад. [7-М]

12. Барои зиёд намудани ҳаҷми фурӯши хизматрасониҳои дистрибуторӣ муаллиф чунин тавсияҳоро пешниҳод намудааст: баланд бардоштани нақши давлат ҳамчун кафил дар фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ, паст намудани хавфҳо ва таҳдидҳо ба воситаи татбиқи технологияи нав, қабули усулҳои моделسازیи иқтисодӣ-математикӣ бо мақсади самараноккунии фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ, коркард ва татбиқи усулҳои нави идоракунии ширкатҳои дистрибуторӣ, мукамал намудани асосҳои ҳуқуқӣ бо назардошти таҷрибаи хориҷӣ, таъсис додани шароитҳои мусоид барои рушди фаъолияти дистрибуторӣ дар сатҳи минтақаҳо ва ҷумҳурӣ. [42-М]

13. Дар қор механизми рушди дистрибутсияи молҳои озуқаворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешкаш карда шудааст, ки хусусиятҳои идоракунии маҷроҳои дистрибутсияро дар асоси муқаррар намудани мақсади дистрибутсия, интихоби маҷрои алтернативии дистрибутсия, мушкилотҳои ҷойдошта дар фаъолияти ширкатҳои дистрибуториро ошкор менамояд. Дар асоси ҳамаи ин роҳҳои ҳалли ин масъалаҳо пешкаш карда шудаанд ва усулҳои идоракунии микромуҳити маркетингӣ, ки дар ниҳоят ба ноил шудан ба натиҷаҳои интизорӣ вобаста ба расонидани саривақтии мол ба истеъмолкунанда, дар сатҳи паст нигоҳ доштани хароҷотҳо, пешгирии бухронҳо дар шабакаи тақсимот оварда мерасонад. [7-М];

14. Дар қор чораҳои таъмини шароитҳои зарурӣ барои рушди фаъолияти дистрибуторӣ пешкаш карда шудаанд. Барои баланд бардоштани самаранокии маҷроҳои дистрибутсия зарур шуморида шудааст, ки хароҷотҳои истеъмолӣ ва дигар хароҷотҳо хоҳиш дода шаванд. Дар баробари ин, аз расонидани саривақтии моли истеъмолкунандагони гуногун дар доираи маҷроҳои ҷорӣ тақсимои мол имкон медиҳад, ки вобаста ба зиёд намудани дараҷаи дистрибутсия ва ҳаҷми фурӯш сарфаи хароҷотҳо бар роҳ монда шавад. [7-М]

15. Дар дисертатсия самтҳои стратегӣ рушди фаъолияти дистрибуторӣ дар асоси мукамал намудани таъминоти иттилоотӣ низоми расонидани хизматрасониҳои дистрибуторӣ, мукамал намудани низоми локаликунонии истеҳсолот вобаста ба тақозои мардуми маҳаллӣ ва тақсимои молҳо ба минтақаҳои шаҳр ва деҳот, рушди ҷуғрофияи хизматрасониҳои дистрибуторӣ, баланд бардоштани нақши ассотсатсияҳои тичоратӣ ва институтҳои иҷтимоӣ дар раванди дистрибутсияи молҳои озуқаворӣ, му-

каммал намудани низоми идоракунии маҷроҳои дистрибуция, баланд бардоштани сифати назорати фаъолияти ширкатҳои дистрибуторӣ ва идоракунии нархҳо пешкаш карда шудаанд.[5-М].

## **РУЙҲАТИ МАҚОЛАҲО АЗ РУИ ДИССЕРТАСИЯ**

### **А) Мақолаҳои дар маҷаллаҳои тақризшавандаи ҚОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон:**

[1-М]. Худоёров, Ш.Х. Оценка потенциала развития рынка дистрибуторских услуг в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник ТНУ. Научный журнал, серия экономических наук. Душанбе, Сино. – 2017. – 2/4 (114). – С. 130-137.

[2-М]. Худоёров, Ш.Х. Теоретические основы определения и классификации дистрибуторской деятельности в рыночной экономике [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Таджикского национального университета. Научный журнал, серия экономических наук. Душанбе, Сино. – 2017. – 2/5. – С. 143-150.

[3-М]. Худоёров, Ш.Х. Совершенствование канала дистрибуции как фактор стимулирования продаж [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Таджикского национального университета. Научный журнал, серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе, Сино. – 2018. – №9, – С. 229-236, ISSN: 2413-5151.

[4-М]. Худоёров, Ш.Х. Антикризисное управление на дистрибуторских предприятиях Республики Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Вестник Академии наук Республики Таджикистан. Институт экономики и демографии. Научный журнал, «Экономика Таджикистан» Душанбе 2019. №1, – С. 25-29, ISSN: 2310-3957.

[5-М]. Худоёров, Ш.Х. Основные направления совершенствования системы дистрибуции продовольственных товаров в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Вестник Таджикского национального университета. Научный журнал, серия социально-экономических и общественных наук. Душанбе, Сино. – 2019. – №6, – С.69-74, ISSN: 2413-5151.

[6-М]. Худоёров, Ш.Х. Концептуальные вопросы управления цепями поставок продовольственных товаров в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Российско-Таджикский Славянский Университет. Научный журнал. №3(71)-2020. Душанбе 2020 г. С 187-195. ISSN 2077-8325.

[7-М] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование организационно-экономического механизма развития дистрибуторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Вестник Таджикского государственного университета коммерции. Научный журнал. №4/2 (44)-2022. Душанбе 2022 г. С 283-292. ISSN 2308-054X.

### **Б) Дар дигар нашрияҳо:**

[8-М] Худоёров, Ш.Х. Развитие дистрибуторской деятельности: теоретические аспекты [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему «Проблемы повышения доходов населения Республики Таджикистан»-Душанбе, ИПС, 2016. - С. 298-305.

[9-М] Худоёров, Ш.Х. Место и роль дистрибуторской сети в торгово-сбытовой деятельности [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Опыт и перспективы использования информационных технологий в экономике» – Душанбе, ИПС, 2016. - С. 172.-175.

[10-М] Худоёров, Ш.Х. Рынок дистрибуторских услуг: проблемы и перспективы развития в рыночной экономике // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Развитие финансовых услуг в условиях интеграции мирового хозяйства» – Душанбе, 31 марта 2017. - С. 266-270.

[11-М] Худоёров, Ш.Х. Дистрибуция в системе сервисной деятельности [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы научно- теоретической конференции, посвященной Международному десятилетию действия «Вода для устойчивого развития, 2018-2028» и



- «Год молодежи-2017». Роль молодежи в интеграции науки и промышленности как основа устойчивой инновационной развитии. – Душанбе, ИПС, 2017.- С. 72-77.
- [12-М] Худоёров, Ш.Х. Роль дистрибуции в обеспечении эффективности процесса продаж (на тадж. языке) [Текст] / Ш.Х. Худоёров, Р.У. Рустамов // Материалы международной научно-практической конференции на тему «Основные направления модернизации бухгалтерского учета в условиях инновационного развития экономики», в честь 75-летию д.э.н., Урокова Д.У. – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 152.-155.
- [13-М] Худоёров, Ш.Х. Дистрибьюторская деятельность и ее классификационные признаки в системе рыночной экономике [Текст] /Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции на тему «Основные направления модернизации бухгалтерского учета в условиях инновационного развития экономики», в честь 75-летию д.э.н., Урокова Д.У. – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 130-135.
- [14-М] Худоёров, Ш.Х. Политика «Открытых дверей» как важнейший инструмент развития рынка дистрибьюторских услуг [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Школа миролюбия Лидера Нации - путеводитель светлого будущего молодежи» – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 125-130.
- [15-М] Худоёров, Ш.Х. Роль дистрибьюторской деятельности в обеспечении продовольственной безопасности региона [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы респ. научно-практической конференции на тему «Институциональные аспекты формирования зеленой экономики» в Республике Таджикистан. – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 133-137.
- [16-М] Худоёров, Ш.Х. Факторы, влияющие на становление и развития рынка дистрибьюторских услуг в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Основные проблемы развития региональных интеграционных группировок и участия Республики Таджикистан в них». – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 141-145.
- [17-М] Худоёров, Ш.Х. Тенденции развития рынка дистрибьюторских услуг в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Развитие инновационного предпринимательства в Республике Таджикистан». – Душанбе, ИПС, 2017. - С. 241-244.
- [18-М] Худоёров, Ш.Х. Формирование оптимальной модели дистри-бьюторской деятельности в условиях рыночной экономики [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Основные проблемы финансово-кредитных отношений в условиях развития инновационной экономике» – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 287-290.
- [19-М] Худоёров, Ш.Х. Управление каналами дистрибуции и его роль в эффективности сбытовой деятельности [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Вопросы реализации науки в развитии Национальной экономики». – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 22-26.
- [20-М] Худоёров, Ш.Х. Приоритетные направления рынка дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Вопросы реализации науки в развитии Национальной экономик». – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 46-48.
- [21-М] Худоёров, Ш.Х. Дистрибьюторская деятельность как важнейший фактор развития производственного предпринимательства [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Индустриализация Республики Таджикистан: результаты и перспективы». – Душанбе, ТГФИУ, 2018. - С. 37-40.
- [22-М] Худоёров, Ш.Х. Роль рынка дистрибьюторских услуг в развитии экономики Республики Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы респ. научно-практической конференции на тему «О разрешимости краевых и смешанных задач для классических и не классических дифференциальных уравнений». – Душанбе, 2018. - С. 206-211.

[23-М] Худоёров, Ш.Х. Стратегические направления развития рынка дистрибьюторских услуг в условиях глобализации [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Вклад Основателя мира и национального единства-Лидера Нации, Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Раҳмон в развитие экономики Республики Таджикистан». – Душанбе, ИПС, 2018. - С. 327-337.

[24-М] Худоёров, Ш.Х. Хозяйственные риски дистрибьюторских фирм и меры по снижению их воздействия [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Совершенствование кредитно-финансовой деятельности и налоговой системы: теория, методология и практическая значимость». – Душанбе, ИПС, 2019. - С. 548-555.

[25-М] Худоёров, Ш.Х. Зарубежный опыт формирования и развития рынка дистрибьюторских услуг [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции на тему «Проблемы обеспечения устойчивого развития мировой экономики» – Душанбе, ИПС, 2019. - С. 248-252.

[26-М] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование механизма управления рынка дистрибьюторских услуг в Республики Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции на тему «Проблемы обеспечения устойчивого развития мировой экономики». – Душанбе, ИПС, 2019. - С. 248-252.

[27-М] Худоёров, Ш.Х. Антикризисное управление дистрибьюторских предприятий. [Текст] / Ш.Х. Худоёров, Т.Х. Каримова // В сборнике: Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований. Материалы VII Международной научно-практической конференции г. Уфа 2019.с. 227-233

[28-М] Худоёров, Ш.Х. Дистрибуция и посредническая деятельность: общие признаки и отличительные особенности [Текст] / Ш.Х. Худоёров, Р.У. Рустамов // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Современные тенденции денежно-кредитных отношений и их влияние на экономическое развитие». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 236-242.

[29-М] Худоёров, Ш.Х. Дистрибуция как современная форма посредничества: сущность и перспективы развития [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Известия -Таджикского отделения международной академии наук высшей школы. – Душанбе, ТГПУ, №1, 2020. - С. 148-157.

[30-М] Худоёров, Ш.Х. Роль дистрибьюторской деятельности в формировании конкурентного преимущества торговых компаний [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности Республики Таджикистан». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 196-201.

[31-М] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование системы управления дистрибуции продовольственных товаров [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему «Региональная интеграция как фактор производственного предпринимательства в Республики Таджикистан». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 134-142.

[32-М] Худоёров, Ш.Х. Управление развитием дистрибьюторской деятельности в условиях рыночной экономики [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему «Ускоренная индустриализация в Республике Таджикистан: цели и тенденции». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 322-326.

[33-М] Худоёров, Ш.Х. Концептуальные основы эффективного функционирования дистрибьюторской деятельности в рыночной экономике [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Мат-лы межд. научно-практической конференции «Подготовка кадров с целью устойчивого развития туризма в Республике Таджикистан». – Душанбе, ИТПС, 2020. - С. 302-307.

[34-М] Худоёров, Ш.Х. Управления систем дистрибуции: некоторые теоритические и практические вопросы [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему “Государственная независимость: Основа укрепление и развития националь-ного государства”, посвященной 30 летию государственной независимости Республики Таджикистан. ИТПС. (08 мая 2021 г) Душанбе-2021. С 132-339

[35-М] Худоёров, Ш.Х. Организация эффективного управления дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Мат-лы межд. научно-практической конференции на тему: “Проблемы развития национальной экономики в условиях посткоронавирусного мира”. ИТПС. Душанбе -2021. С. 85-91

[36-М] Худоёров, Ш.Х. Роль и значение IT-технологии в управление электронной информационной сетью системы дистрибуции товаров [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему: “Современные направления реализации информационных технологий в цифровизации образования, науки и промышленного производства” ИТПС. (27 ноября 2021 г) Душанбе-2021. С 293-297

[37-М] Худоёров, Ш.Х. Управление конкурентоспособностью каналов дистрибуции [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Материалы республиканской научно-практической конференции на посвященной 30 летию основания таможенной службы Республики Таджикистан на тему: “Экономико-правовое регулирование международных отношений в сфере внешнеэкономической деятельности ” ИТПС. Душанбе - 2021. С 172-179.

[38-М] Худоёров, Ш.Х. Совершенствования управления деятельностью дистрибьюторских предприятий в современных условиях [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Международной научно-практической конференции на тему: «Совершенствование финансово-кредитных отношений как основа реализации четвертой национальной цели - ускоренной индустриализации страны» МУТПТ, (28 мая 2022) Душанбе -2022 . С .236-241

[39-М] Худоёров, Ш.Х. Обеспечение конкурентоспособности дистрибьюторских предприятий. [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему “Антикризисное государственное регулирование реального сектора экономики Республики Таджикистан в условиях ускоренной индустриализации стрны” МУТПТ. (26 сентября 2022 г) Душанбе-2022. С.89-93.

[40-М] Худоёров, Ш.Х. Некоторые аспекты совершенствования системы дистрибуции в условиях глобального сбоя цепи поставок товаров [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы международной научно-практической конференции на тему “Стратегические направления развития инновационного предпринимательства в условиях глобализации” МУТПТ. (25 ноября 2022 г) Душанбе -2022 С.496 -500.

[41-М] Худоёров, Ш.Х. Экономико-математическое моделирование фак-торов хозяйственных рисков дистрибьюторских компаний в Республике Таджи-кистан. [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему «Математические труды таджикско-персидских предков Умара Хайёма» МУТПТ. (3 декабря 2022 ) Душанбе 2022. С. 47-55.

[42-М] Худоёров, Ш.Х. Совершенствование информационно - коммуникационного обеспечения системы предоставления дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан [Текст] / Ш.Х. Худоёров // Материалы республиканской научно-практической конференции на тему “ Информационно-коммуникационные технологии –важный фактор развития в современном мире”. МУТПТ. (10 декабря 2022 ) Душанбе 2022. С. 91- 94.

[43-М] Худоёров, Ш.Х. Эффективность применения маркетинговой деятельности в дистрибьюторских компаниях. [Текст] / Ш.Х. Худоёров, К.К. Давлатзода // Мат-лы респ. научно-практ. конф. на тему “Роль Таджикистана в решении современных экологических проблем с устойчивым стратегическим развитием и обеспечением экологической безопасности” МУТПТ. (17 декабря 2022) Душанбе 2022. С 148-158.

## АННОТАТСИЯ

**ба автореферати диссертатсияи Худоёров Шахриёр Худойкулович дар мавзуи «Ташаккул ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар замони муосир (дар мисоли Ҷумҳурии Тоҷикистон)» барои дарёфти дараҷаи номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 08.00.10 – Менеҷмент, маркетинг ва нархгузорӣ (маркетинг)**

*Калидвожаҳо: фаъолияти дистрибюторӣ, дистрибутсия, маҷроҳои дистрибутсия, молҳои истеъмоли, идоракунии маҷроҳо, моделсозии иқтисодӣ-математикӣ, рушди иқтисодӣ, логистика, фаъолияти хизматрасонӣ, механизм, менеҷмент, иттиҳодияҳои савдо, фаъолияти миёнаравӣ, бозори истеъмоли, анбор, корхонаҳои хӯрокворӣ, савдои яқлухт ва чакана, маркетинг.*

Ташаккул ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар шароити муосир дар ноил шудан ба рушди устувори иқтисодӣ нақши муҳим мебозад.

Мақсади кори диссертатсионӣ аз омӯзиши асосҳои назариявии ташаккул ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ, ҳамчун шакли муосири миёнаравӣ байни истеҳсолкунандаи мол ва истеъмолкунандаи хизматрасонии дистрибюторӣ, инчунин таҳияи равишҳои методӣ оид ба ташкил ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ ва идоракунии самарабахши фаъолияти дистрибюторӣ дар бозори озукавории Ҷумҳурии Тоҷикистон иборат мебошад.

Асоси назариявӣ ва методологии тадқиқоти рисоларо асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ ташкил медиҳанд, ки ба ташаккул ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ бахшида шудаанд.

Дар кори диссертатсионӣ истифодаи усулҳои таҳлили диалектикӣ, комплексӣ, бисёрҷумлаӣ, иқтисодӣ, инчунин пурсиш, баҳодихии экспертӣ, моделҳои иқтисодӣ-математикӣ, пешгуикунӣ, таҳлили регрессионӣ ва дигар усулҳои тадқиқоти илмӣ татбиқи худро пайдо кардаанд.

Фаъолияти дистрибюторӣ яке аз унсурҳои муҳим байни истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда буда, дар фуруши маҳсулоти озукаворӣ нақши муҳимро мебозад. Ташкили низоми самараноки дистрибутсия ба баланд бардоштани сатҳи зиндагии аҳолии ҷумҳурӣ тавассути таъмини интиқоби васеъ дар хариди маҳсулоти озукаворӣ ва хизматрасониҳои марбута саҳми назаррас мегузорад.

Дар тадқиқоти илмӣ ҷанбаҳои назариявӣ ва методии ташаккул ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар шароити муосир мавриди омӯзиш қарор гирифта, моҳият ва нақши дистрибутсия дар низоми иқтисоди бозорӣ равшанӣ андохта, таҷрибаи хориҷӣ дар танзими фаъолияти ширкатҳои дистрибюторӣ баррасӣ карда шудаанд. Таҳлил ва арзёбии тамоюли рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, омилҳои таъсиррасон ба ташаккул ва рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон омӯхта шуда, моделсозии иқтисодӣ-математикии омилҳои дистрибутсия дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиш қарор гирифт. Тадбирҳо оид ба тақмили механизми ташкилию иқтисодии рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия гардида, роҳҳои таъмини самаранокии маҷроҳои мустақим ва ғайримустақими бозори озукавории Тоҷикистон пешниҳод гардида, самтҳо ва роҳҳои асосӣ инкишофи фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон муайян карда шудаанд.

Хулоса ва пешниҳодҳо аз он иборатанд, ки натиҷаҳои метавон ҳамчун тавсияҳои амалӣ аз ҷониби мақомоти давлатӣ дар таҳияи барномаҳои иҷтимоию иқтисодии рушди маркетинг, самтҳои асосӣ ва дурнамои рушди фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, тақмили механизми танзими давлатии фаъолияти дистрибюторӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон истифода намуд.

## АННОТАЦИЯ

на автореферат диссертации Худоёрова Шахриёра Худойкуловича на тему «Формирование и развитие дистрибьюторской деятельности в современных условиях (на материалах Республики Таджикистан)», на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.10 - Менеджмент, маркетинг и ценообразование (маркетинг)

*Ключевые слова:* дистрибьюторская деятельность, дистрибуция, каналы дистрибуции, потребительские товары, управление каналами, экономико-математическое моделирование, экономический рост, логистика, сфера услуг, механизм, управление, торговые ассоциации, посредническая деятельность, потребительский рынок, складирование, продовольственное предпринимательство, оптовая и розничная торговля, маркетинг.

Формирование и развитие дистрибьюторской деятельности в современных условиях играет важную роль в достижении устойчивого экономического роста.

Целью диссертационной работы является изучение теоретических основ формирования и развития дистрибьюторской деятельности как современной формы посредничества между производителем товаров и потребителем дистрибьюторских услуг, а также разработка методических подходов по организации и эффективному управлению дистрибьюторской деятельностью на рынке продовольственных товаров Республики Таджикистан.

Теоретическую и методическую основу диссертационного исследования составляют труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные вопросам формирования и развития дистрибьюторской деятельности.

В диссертационной работе нашли свое применение использование диалектического, комплексного, многофакторного, экономического анализа, а также анкетирование, экспертные оценки, экономико-математические модели, прогнозирование, регрессионный анализ и др. методы исследования.

Дистрибьюторская деятельность является важным связующим звеном между производителем и потребителем, играя важную роль в реализации продовольственных товаров. Организация эффективной системы распределения внесет значительный вклад в улучшение уровня жизни населения страны посредством предоставления ими широкого выбора при приобретении продовольственных товаров и сопутствующих услуг.

В диссертационном исследовании изучены теоретико-методические аспекты формирования и развития дистрибьюторской деятельности в современных условиях, уточнены место и роль дистрибуции в системе рыночной экономики, рассмотрен зарубежный опыт регулирования деятельности дистрибьюторских компаний. Проведен анализ и оценка тенденции развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, исследованы факторы, влияющие на становление и развитие дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, а также проведено экономико-математическое моделирование факторов дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан. Разработаны меры по совершенствованию организационно-экономического механизма развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, представлено пути обеспечения эффективности прямого и косвенного каналов дистрибуции на рынке продовольственных товаров Таджикистана, а также выявлены основные направления и пути развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан.

Выводы и предложения заключаются в том, что результаты могут быть использованы в качестве практических рекомендаций государственным органам при разработке социально-экономических программ развития сферы маркетинга, основных направлений и перспектив развития дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан, совершенствование механизма государственного регулирования дистрибьюторской деятельности в Республике Таджикистан.

## ANNOTATION

**on the autoreferat of dissertation of Khudoyorov Shahriyor Khudoiqulovich on the topic "Formation and development of distribution activities in modern conditions (based on the materials of the Republic of Tajikistan)", for the degree of candidate of economic sciences in the specialty 08.00.10 - Management, marketing and pricing (marketing)**

**Keywords:** *distribution activity, distribution, distribution channels, consumer goods, channel management, economic and mathematical modeling, economic growth, logistics, service industry, mechanism, management, trade associations, intermediary activity, consumer market, warehousing, food enterprises, wholesale and retail trade, marketing.*

The formation and development of distribution activities in modern conditions plays an important role in achieving sustainable economic growth.

The purpose of the dissertation work is to study the theoretical foundations for the formation and development of distribution activities as a modern form of mediation between the producer of goods and the consumer of distribution services, as well as the development of methodological approaches for the organization and effective management of distribution activities in the food market of the Republic of Tajikistan.

The theoretical and methodological basis of the dissertation research are the works of domestic and foreign scientists devoted to the formation and development of distribution activities.

In the dissertation work was used the methods of dialectical, complex, multifactorial, economic analysis, as well as questioning, expert assessments, economic and mathematical models, forecasting, regression analysis, and other research methods have found their application.

Distribution activity is an important link between the producer and the consumer, playing an important role in the sale of food products. The organization of an efficient distribution system will make a significant contribution to improving the standard of living of the population of the country by providing them with a wide choice in the purchase of food products and related services.

There are in the dissertation research, the theoretical and methodological aspects of the formation and development of distribution activities in modern conditions studied, the place and role of distribution in the system of a market economy clarified, foreign experience in regulating the activities of distribution companies considered.

The analysis and assessment of the trend in the development of distribution activities in the Republic of Tajikistan was carried out, the factors influencing the formation and development of distribution activities in the Republic of Tajikistan were studied, as well as economic and mathematical modeling of the factors of distribution activity in the Republic of Tajikistan. Measures have been developed to improve the organizational and economic mechanism for the development of distribution activities in the Republic of Tajikistan, the ways to ensure the effectiveness of direct and indirect distribution channels in the food market of Tajikistan are presented, and the main directions and ways for the development of distribution activities in the Republic of Tajikistan are identified.

Conclusions and suggestions are that the results can be used as practical recommendations by government agencies in the elaboration of socio-economic programs for the development of the marketing sector, the main directions and prospects for the development of distribution activities in the Republic of Tajikistan, improvement of the mechanism of state regulation of distribution activities in the Republic of Tajikistan.



Ба чопаш 07.07.2023 имзо шуд.  
Андозаи 60x84 1/16. Қоғази офсетӣ.  
Адади нашр 100 нусха.  
3,0 чузъи чопӣ. Матбааи «Соҳибкор»



Донишгоҳи байналмилалӣ барои таҳқиқи  
таърихи Тоҷикистон  
Тел: (+992 37) 2348800 (03)  
Факс: (+992 37) 2348802  
E-mail: [iutet\\_ips@mail.ru](mailto:iutet_ips@mail.ru)  
Web: [www.iutet.tj](http://www.iutet.tj)