

УДК 392  
ББК 65.32

**РОҲҶОИ КОҶИШИ ХАРОҶОТИ  
ТРАНСАКСИОНИИ СУБЪЕКТҶО  
ДАР СОҶАИ КИШОВАРЗИИ  
ИҚТИСОДИЁТИ ТОҶИКИСТОН**

*Кузибаева Бароат Муротбоева* – номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти Донишгоҳи давлатии ҳуқуқ, бизнес ва сиёсати Тоҷикистон (Тоҷикистон, Хуҷанд), e-mail: baroatbony@mail.ru.

**СПОСОБЫ СОКРАЩЕНИЯ  
ТРАНСАКСИОННЫХ РАСХОДОВ  
СУБЪЕКТОВ В СЕЛЬСКОМ  
ХОЗЯЙСТВЕ ЭКОНОМИКИ  
ТАДЖИКИСТАНА**

*Кузибаева Бароат Муротбоевна* – кандидат экономических наук, доцент Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики (Таджикистан, Худжанд), e-mail: baroatbony@mail.ru.

**WAYS TO REDUCE TRANSACTION  
COSTS OF SUBJECTS IN  
AGRICULTURE OF THE ECONOMY  
OF TAJIKISTAN**

*Kuzibaeva Baroat Murotboevna* - Candidate of the Sciences of Economics, Associate Professor of the TSULBP (Tajikistan, Khujand), e-mail: baroatbony@mail.ru.

**Калидвожаҳо:** хароҷотҳо, трансаксионӣ, хароҷотҳои трансаксионӣ, сектори иқтисодии трансаксионӣ, низоми иқтисодӣ ва хоҷагидорӣ

Дар мақола шароитҳои заминавӣ, ки равандҳои таърихии болоравии аҳамияти хароҷоти трансаксионӣ ва омилҳои ба бузургии он таъсирбахиро дар шароити муносибати бозорӣ мавриди таҳлил қарор гирифтааст. Тамоили болоравӣ ҳамон хароҷотҳо, ки метавон ба категорияи хароҷоти трансаксионӣ ворид намуд муайян ва асоснок карда шудааст. Ҳамзамон масъалаи нақш ва аҳамияти хароҷотҳои трансаксионӣ дар давраи иқтисодии гузариши Чумхури назари тоза шудааст. Муаллиф болоравии хароҷоти трансаксиониро чун нишондиҳандаи пешрафти ҷомеа - чун тамоил дар ташаккули зинаи постиндустриалӣ ва гузариши ба марҳилаи иттилоотии рушди ҷомеа баррасӣ намудааст.

**Ключевые слова:** издержки, трансакции, трансакционные издержки, трансакционный сектор экономики, экономическая и хозяйственная система.

В статье рассматриваются общие условия, объясняющие исторический процесс нарастания значимости трансакционных издержек, а также факторы, влияющие на изменение величины издержек в условиях рыночных отношений. Обоснована и определена необходимость выявления тенденции нарастания тех издержек, которые можно подвести под категорию трансакционных затрат, рассмотрен вопрос о роли и значении трансакционных издержек в переходной экономике республики. Растущие трансакционные издержки рассматриваются как показатель прогресса общества - как тенденцию к образованию постиндустриальных структур и переходу к информационному этапу развития общества.

**Key words:** costs, transaction, transaction costs, transactional economy, economic, and economic system, information systems.

General conditions explaining historical process of increasing importance of transaction costs, also factors influencing variation of costs in conditions of market relations is reviewed in the article. Substantiated and defined necessity of identification of costs increasing tendency that can be bad up to transaction costs category, reviewed issue of transaction costs role and significance in transitional economy of republic. Increasing transaction costs are considered as indicator of society progress; as tendency of postindustrial structural formation and transition to informational progress stage of the society.

Дар шароити муосир таъсири соҳаи муомилот ба самаранокии иқтисодии хоҷагиҳо меафзояд, ки ин на танҳо дар таъсири бевосита ба динамикаи хароҷоти истехсол ва истехсол, балки умуман дар рафти такрористехсол низ зоҳир мегардад.

Дар соҳаи муомилот ҳаҷми то рафт афзояндаи захираҳои меҳнатӣ ва моддӣ мутамаркиз мешавад, вазифаҳои кормандони муомилот беш аз пеш дигаргун мегарданд, таъсири динамикаи хароҷот ва вақти муомилот ба суръат ва таносуби такрористеҳсоли ҷамъиятӣ, ба ташаккули шароити ҳаёти аҳоли рӯз аз рӯз зиёд мешавад. Баробари ин пешбурди маҳсули меҳнат ба истеъмолкунанда низ душвор мегардад. Хароҷоти муомилот, ки мо онро ҳамчун категорияи пойгоҳӣ барои тавсифи хароҷоти трансаксионӣ мефаҳмем, якбора афзуд.

Инфрасохтори муосири муомилот дорои сохтори ташаккулёфта мебошад: савдо (яклухт ва чакана); молия ва қарз; гардиши пул; бозори фоида; низоми иттилоотӣ ва алоқа; суғурта; хизматрасониҳои машваратӣ; вазифаи назорат (аудит); амалиёт бо амволи ғайриманқул; ипотека. Инфрасохтори муосири муомилот барои нигоҳдории худ хароҷоти хангуфтро талаб мекунад.

Барои арзёбии хароҷоти трансаксионӣ дар сатҳи макроиқтисодӣ Ҷ. Уоллис ва Д. Норт истифодаи мафҳуми баҳши трансаксиониро пешниҳод карданд. Онҳо тамоюли афзоиши ҳаҷми баҳши трансаксиониро дар Иёлоти Муттаҳидаи Амрико аз соли 1870 то соли 1970, аз ҷумла дар соҳаи савдои яклухт ва чакана, суғурта, баҳши бонкдорӣ, амалиёт бо амволи ғайриманқул, хароҷоти дастгоҳи идоракунӣ дар дигар соҳаҳои sanoat, хароҷоти давлатро ба фаъолияти судӣ ва ҳифзи ҳуқуқ (баҳши трансаксионии давлатӣ) ошкор сохтанд.[10, с. 95].

**Ҷадвали 1.**  
Бо нархи асл: млн. сомонӣ.

**ГАРДИШИ МОЛИ ЧАКАНА ДАР ҲАМАИ СОҲАҲОИ САВДОИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН**

Соли	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Маҳсулот ва гардиши мол</b>	1,7	7,2	24,7	50,9	54,7	64,4	71,0	79,1	83,9	98,9
Маҷӯи маҳсулоти дохилӣ, млрд. сомонӣ	4762,2	6855,9	9391,4	11006,4	11427,6	13069,4	14049,8	16507,9	19050,5	23883,4
Маҳсулоти соҳаи кишоварзӣ, млн. сомонӣ	4084,3	8263,1	21005,3	22181,6	23512,5	24993,8	26843,3	30064,5	29433,2	33259,5
<b>Вазни кӯбӣ (бо%)</b>										
Ҳаҷми умумии гардиши мoli чакана дар ҳамаи каналҳои фуруи	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Баҳши давлатӣ	97,0	79,2	166,6	89,4	122,8	89,0	172,7	315,7	143,6	235,4
бо %	2,4	1,0	0,8	0,4	0,6	0,4	0,7	1,1	0,5	0,8
Баҳши ғайридавлатӣ	3987,3	8183,9	20838,7	22092,2	23389,7	24904,8	26670,6	29748,8	29289,6	33024,1
бо %	97,6	99,0	99,2	99,6	99,4	99,6	99,3	98,9	99,5	99,2
<b>аз ин ҷумла:</b>										
Савдон тҷоратӣ	87,9	240,4	650,5	4975,9	5329,2	6592,2	8675,3	10072,0	10303,7	13363,9
бо %	2,2	2,9	3,1	22,5	22,8	26,47	32,52	33,86	35,1	40,5
Савдон кооперативии «Тоҷикмапубот»	55,4	97,3	179,6	100,8	16,6	3,1	1,7	0,6	0,3	0,3
бо %	1,4	1,2	0,9	0,5	0,1	0,01	0,01	0,00	0,0	0,0
Бозори номутташаққил	3844,0	7846,2	20008,6	17015,5	18043,9	18309,5	17993,6	19676,2	18985,6	19659,9
бо %	96,4	95,9	96	77,0	77,1	73,52	67,47	66,14	65,0	59,5

Сарчашма: ҳисоби муаллиф тибқи маводи Омори солонаи Ҷумҳурии Тоҷикистон. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, 2022. – С. 212, 216, 343, 350.

Афзоиши баҳши трансаксионии иқтисодиёт ва хароҷоти бо он алоқаманд дар дигар мамлакатҳои фазои пасошӯравӣ низ ба назар мерасад. Масалан, аз соли 2000 то соли 2021 ҳаҷми умумии муомилоти моли чакана дар ҳамаи каналҳои фурӯш қариб 8,1 маротиба афзоиш ёфта, нисбат ба 2020 сол 1,13 маротиба зиёд гардидааст. Аз ҷумла, баҳши ғайридавлатӣ соли 2021 нисбат ба соли 2000 - ум 8,3 маротиба, нисбат ба 2020 сол 1,12 маротиба зиёд гаштааст, бозори ғайримутаҷаққил бошад соли 2021 5,1 маротиба, нисбат ба соли 2020 1 маротиба боло рафтааст.

Дар соли 2021 зиёда аз 99,2 фоизи ҳаҷми муомилоти моли чакана ба баҳши ғайридавлатӣ рост омад. Аз ҷумла, зиёда аз 41 фоизи ҳаҷми муомилоти моли чакана маҳсулоти озукавориро ташкил дод. Зимнан маҷмӯи маҳсулоти баҳши хоҷагиҳои анъанавии аграрӣ соли 2021 нисбат ба соли 2000 - ум ҳамагӣ 5 баробар ва нисбат ба соли 2020 1,3 маротиба зиёд гаштааст. Аз додаҳои ҷадвал маълум мешавад, ки суръати афзоиши муомилоти моли чакана нисбат ба истеҳсоли маҳсулоти соҳаи кишоварзӣ 1,4 маротиба зиёд шудааст (ниг. ба ҷадвали 1.).

Аз сабаби мураккабии фурӯши мол нақши маркетинг меафзояд. Ин ба сабабҳои зерин вобастагӣ дорад: тезу тунд шудани рақобати миллий, рақобати таҳҷумии воридот дар шароити иқтисоди кушода, низоми пешрафтаи субинститутҳо, интиҳоби васеи истеъмолкунандагон ҳини иқтидори зиёди истеҳсоли ва квотаи баланди воридот, зудтағйирёбии эҳтиёҷот ва талаботи истеъмолкунандагон, фардигарии торафт зиёдшавандаи талабот, ки ба истеҳсолот мувофиқан талаботи дахлдор пешниҳод мекунад, самтгирии харидорон на ба нарх, балки ба сифати баланди маҳсулот ва ғайра.

Барои пешниҳоди бо муваффақияти молу маҳсулоти (кор, хизматрасонӣ) -хеш ширкатро зарур аст, ки қабл аз ҳама талаботҳои истеъмолкунандагонро ҳавасманд кунанд. Ба ин мақсад истифода мешавад:

- ороиши пештоқҳо;
- самплинг (тақсими ройғони намуна);
- чошнигирии ройгон;
- варакаи иловагӣ;
- армуғон ва тӯҳфаҳо, масалан, «1+1 = 3», харидор пули ду бастаро медиҳад, бастаи сеюм бе пул ҳамчун тӯҳфа дода мешавад ва ғайра;
- ашъи таблиғотӣ, ба монанди молҳои брендӣ;
- маҳсулоти тӯҳфавӣ, маъмулан, ҳангоми вохӯриҳои корӣ ва ғайра истифода мешаванд;
- маводи бастабандии ширкат, аз қабилӣ сумкаҳои полиэтиленӣ ширкат ва ғ.;
- тахфифи нарх: тахфифи маҷмӯӣ барои ҳаҷми харид, тахфиф барои хариди ғайримавсимӣ, тахфиф барои пардохти хоксорона, тахфиф барои ҳавасмандгардонии фурӯши маҳсулоти нав, тахфифи хариди яклухт, тахфиф барои харидорони доимӣ ё бонуфуз ва дигар намудҳои тахфифи нарх. Қариб 40 намуди тахфифи нарх вучуд дорад.

Албатта, ин чорабиниҳо хароҷоти трансаксиониро зиёд мекунанд. Ба ақидаи Ф.Котлер, маҳсулот на як маҷмӯи одии тавсифҳои моддӣ он, балки ба чизи бештаре табдил меёбад. Истеъмолкунандагон ба мол чун ба маҷмӯи мураккаби манфиатҳо, ки эҳтиёҷи онҳоро қонеъ мегардонанд, нигоҳ мекунанд. Маҳз ба ҳамин сабаб имрӯз рақобат байни истеҳсолкунандагон асосан дар сатҳи таҳкими маҳсулот ҷараён мегирад.

Вазифаи фурӯшанда дар давраи капитализми саноатӣ қонеъ гардондани талабот буд. Зимнан, ба гуфти Чемберлен, истеҳсолкунанда моли худро асосан ба шароити талабот мувофиқ мекард, ба ҳеҷ ваҷҳ кӯшиш намекард, ки онро дигаргун созад. Барои дигаргун сохтан корхонаҳои он давра на иқтидор доштанду на восита. Онҳо ба шароити берунӣ таъсири назаррас расонида наметавонистанд. Он замон истеҳсолкунандаи мол хароҷот ва талафотро оид ба ташаккули талаботи истеъмоли дар зимма надошт.

Дар замони ҳозира бошад вазифаи фурӯшанда на танҳо қонеъ гардонидани талабот, балки ташаккули талабот низ мебошад. Алҳол аллақай имкониятҳои ба талабот ва фаъолнокии фурӯши маҳсулот, аз ҷумла маҳсулоти нав таъсир расонидан мавҷуданд.

Дар хароҷоти ташаккули талабот таҳқиқ ва дарёфти бозорҳо, ошкор сохтани имкониятҳои фурӯши маҳсулоти мавҷуда ё ба нақша гирифташуда, рекламае, ки

иттилоотро ба истеъмолкунандагон мерасонад ва мақсадаш ба хариди мол ҳавасманд кардани харидор мебошад, муҳим аст [6, с. 82]. Мақсади реклама на фақат маълумот додан дар бораи маҳсулот, балки тағйири додани талаботи истеъмолкунандагон мебошад. Ҳаҷми хароҷоти коней гардонидан, нигоҳ доштан ва ташаққули талаботи истеъмоли дар ҳаҷми умумии хароҷоти истеҳсолкунандагони мол ҳаҷми беш аз пеш зиёдеро ишғол мекунад. Дар давраи ҳозира диққати бештар ба соҳаи муомилот дода мешавад ва фаъолияти иқтисодӣ ба бозор мекӯчанд. Маркетинг бениҳоят нақши муҳим касб кард. Имрӯз миёнаравҳо фурушандаро аз зарурати эҷоди шабакаи фуруш, ки сармоягузори калонро ба реклама, нақлиёт, хоҷагии анбор ва ғайра талаб мекунад, озод менамоянд. Онҳо метавонанд ба истеҳсолкунандагон ва харидорон маҷмӯи пурраи хизматҳоро аз дарёфти шарик ва имзои шартнома сар карда, то хизматрасонии пас аз муҳлати кафолат, аз он ҷумла расонидани мол, васл кардан, ба кор андохтан, озмоиш пешкаш намоянд.

Пештар корхонаҳо бо сабабҳои зерин ба миёнаравҳо саҳт ниёз надоштанд: миқёси хурди истеҳсолот, ташкили корхонаҳои дорои низоми тараққикардаи худтаъминкунӣ бо таҷҳизот, қисмҳои эҳтиётӣ, корҳои таъмир ва ғайра, фармоши давлатӣ, инкишофи шабакаҳои савдои худӣ, фаъолияти бозорҳои маҳаллӣ бо фазои маҳдуди онҳо, алоқаи бевоситаи (кооперативии) байни корхонаҳо ва ғайра.

Аммо ҳамзамон омилҳо ба нафъи ташаққули миёнаравон чӣ дар фуруши молҳои аз рӯи анъана кишоварзӣ ва чӣ дар таъмини корхонаҳои саноатӣ ва дигар корхонаҳо амал мекарданд ва тақвият меёфтанд. Аз ҷумла дароз кардани масофаи миёнаи фуруши маҳсулот, кор дар бозорҳои дурдаст, рушди содирот ва воридот, баровардани маҳсулот барои категорияҳои гуногуни истеъмолкунандагон, муваффақияти базаҳо ва мағозаҳои универсалӣ, барои истеҳсолкунанда пайдо шудани имкони сарфа кардани хароҷоти муомилот ба туфайли миёнаравҳо, баланд гардидани нақши алоқа ва ғайра.

Миёнаравиро низ бояд дар робита ба мавзӯи тақсими хатарҳо баррасӣ кардан лозим аст. Ҳоло, барои истеҳсолкунандаи мол назар ба ташкили шабакаи фуруши худ истифода бурдани миёнаравҳо ғоидаовар аст. Миёнаравҳо бо истеъмолкунандагон алоқаи нисбатан зич доранд. Онҳо дар ташаққули алоқаҳои устувори гардиши истеҳсолкунандагон бо бозор муҳимманд. Нақши миёнаравон дар фуруши молҳои сермасриф дар бозори ҷаҳонӣ фавқулода калон аст.

Таҳқиқот нишон медиҳанд, ки миқдори ширкатҳои миёнарав дар савдои ҷаҳонӣ мунтазам меафзояд. Соҳаҳои томи иқтисодиёт ба фаъолияти миёнаравӣ маҳсус гардонда шудаанд. Ба ин кор васеъ шудани корхонаҳо, тағйирдиҳии истеҳсолот, афзудани нақши маҳсулоти нав, зарурати шадиди тақсими хароҷот (нуқтаҳои хеле муҳим) ва ғайра мусоидат мекунад. Миёнаравони тичоратӣ вазифаҳои торафт мураккаб ва маҳсусгардонидани хизматрасонӣ ба харидоронро ҳал мекунад. Бинобар ин, алҳол хароҷоти истеҳсолкунандагон барои ҳамкориҳои мутақобила бо сохторҳои миёнаравӣ ва хароҷоти хизматонаи миёнаравон зиёд шудааст.

Маркетинг маҷмӯи тадбирҳо оид ба омӯзиши фаъолияти савдо ва фуруши корхона, омӯзиши тамоми омилҳои мебошад, ки ба пешбурди молу хизматрасониҳо аз истеҳсолкунанда то истеъмолкунанда таъсир мерасонад. Дар замони кунунӣ фаъолияти ҳар як корхона аз таҳлили маркетингӣ оғоз мешавад. Инкишофи босуръати илм, ки аз охири асри XIX оғоз ёфт, боиси кашфиёти сершумори дорои хусусияти усулӣ гардид, ки ба самтҳои нави инкишофи илму техника замина гузоштанд [2, с.20].

Давраи рушди босуръати илм ва техника ба нимаи дууми асри 20 рост омад. Инқилоби илму техника боиси ихтисори якбораи вазни қиёсии соҳаи аввалия мегардад, баъдан нисбатан суст бошад ҳам соҳаи дувумӣ ихтисор меёбад ва соҳаи савум бо суръат васеъ мешавад. Замони ҳозира бо ҳамгирии истеҳсолот ва илм тавсиф мегардад, тавсиф мегардад, ба фаъолияти эмпирикии иқтисодӣ тамоюли афзояндаи табдил ёфтани ба истеҳсолоти илмӣ хос аст. Соҳаи илмӣ-тадқиқотӣ бо суръати баланд тараққӣ мекунад. Дар сохтори хароҷоти маҳсулоти муосир ҳиссаи хароҷоти илмӣ - таҳқиқотӣ хеле калон буда, аз 50% зиёд шуда метавонад.

Масъалаи дигари принсипиалӣ аз истеъмоли вобаста будани истеҳсолот мебошад. Дар ин мавзӯ мулоҳизаҳои зиёде баён шудаанд. Лоихаи ягон истеҳсолоти калон бидуни

тадкики бозор ва таҳлили масъалаҳои истеҳсолӣ, аз як тараф ва афзалиятҳои истеъмолкунандагон аз ҷониби дигар, таҳия намешавад. Айни замон ба истеҳсоли маҳсулот ва хизматҳо мунтазам бо назардошти сигналҳои бозор ва тағйирёбии эҳтиёҷи истеъмолкунандагон тасҳеҳ ворид карда мешавад.

Аз ин ҷо ба хулоса омадан мумкин аст, ки соҳаи фаъолияти иқтисодӣ ҳамчун соҳаи афзалиятнок дар оянда инноватсионӣ буда, барои гузариш ба пасазсаноатӣ мувофиқ аст [8, с. 33]. Зимнан ҳуди инноватсияҳо бояд дар дурнамо устувории бозор (рақобатпазирӣ) - ро таъмин кунанд, ин бошад фуруши боэътимод ва ба оянда нигаронидаи маҳсулотро пешбинӣ мекунад. Зимнан ҳамаи ин бо харочоти баланди трансаксионӣ вобастагӣ дорад.

Рақобати муосир асосан ғайринархӣ, моҳиятан бошад рақобати олигополистӣ ва монополистӣ мебошад [4, с. 20]. Рақобати ғайринархӣ гуногуншакл аст: он бо сифати маҳсулот, шароити таҳвил, хизматрасонии баъдифуруш, амалияи ҳисобу китоб, ба назар гирифтани дархостҳои инфиродии истеъмолкунандагон, муҳлатҳои кафолатнокӣ, бо технологияҳои истифодашаванда ва ғайра алоқамандӣ дорад. Вале дар адабиёти иқтисодӣ аксаран ба сифати мол диққати махсус дода мешавад. Рақобати ғайринархӣ, ки ба сифати маҳсулот равона шудааст, ба фикри мутахассисон баланд бардоштани сифати маҳсулот беҳтар намудани хизматрасонию, ки ба маҳсулот ҳамроҳ аст (намоишгоҳи маҳсулоти кишоварзӣ ва ғ.) дар бар мегирад. Дар бозори рақобати номукамал усулҳои ғайринархӣ рақобат бар усулҳои нархӣ афзалият доранд (бартарияти рақобат «дар атрофи арзиши истеъмоли» бар рақобат «дар атрофи нархи мол»)[3, с. 120]. Ин чунин маъно дорад, ки алҳол ба корхонаҳои кишоварзӣ барои пеш гузаштан аз рақибони худ зарур аст, ки фаъолияти онҳо дар истеҳсол ва фуруши маҳсулоти чавобгӯ ба эҳтиёҷоти истеъмолгарон аз лиҳози стратегӣ ба вазифаҳои тақаддум чустан аз рақибон тобеъ бошад. Нақши инноватсия ва муҳиммияти самтгирӣ ба марҳилаи дарозмӯҳлат маҳз дар ҳамин зоҳир мегардад. Ин маънои онро надорад, ки рақобати нархӣ тамоман вучуд надорад. Масалан, таҳфифи нарх васеъ истифода мешавад, яъне фурухтани маҳсулот бо нархи назар ба нархҳои дар нархномаҳо эълоншуда арзон васеъ истифода бурда мешавад.

Ҳамзамон дар кишварҳои тараққикарда роҳи усулҳои зиёде барои ихтисори харочоти пешбурди физикии мол аз истеҳсолот то истеъмолгари ниҳой вучуд доранд. Механиконидаи ва автоматикунондани корҳои борфарорию борбарорӣ, оптимизацияи намудҳои нақлиёт ва маҷрои нақлиёт, ки ба сохторҳои калони хочагидорӣ хос аст, истифода бурдани контейнеру поездҳо ва ғайра аз он ҷумлаанд.

Айни замон омилҳои дигар ба самти муқобил «кор мекунанд». Масалан, дароз кардани хатсайрҳои нақлиётӣ дар натиҷаи ҷаҳонишавӣ; баланд будани вазни қиёсии маҳсулоти нимтайёр дар муомилоти миллӣ ва ҷаҳонӣ асосан дар заминаи амикрафти алоқаҳои кооператсия; ҳиссаи зиёди молҳое, ки шароити махсуси интиқолро талаб мекунанд, масалан, хочагии сардхонаҳо ва ғайра. Ба ақидаи В. Шумаев, сатҳи харочоти ҷомеа барои хизматрасонии ҳаракати молҳо ҳиссаи назарраси ММД-ро ташкил мекунад ҳиссаи нақлиёт, алоқа, савдо ва маҳсулоттайёркуни зиёда аз 30 фоизи ҳаҷми умумии арзиши иловашудаи мамлакатро ташкил мекунад. [7].

Дар шароити муосир ба туфайли шароитҳои гуногун харочоти трансаксионӣ мураккаб шуда, вазни қиёсии онҳо бемайлон меафзояд. Дар айни ҳол афзоиши харочоти трансаксионӣ ба ифодаи мутлақ ба мушоҳида мерасад. Ҳамчунин суръатафзоии бошиддати динамикаи ин хароҷот нисбат ба динамикаи хароҷоти одии истеҳсолот мушоҳида мешавад. Ба ақидаи олимон, ин ҳодиса тамоюли муътадили пешрафти иҷтимоӣ буда, инкишофи мубодиларо ифода мекунад. Маълум шуд, ки натиҷаҳои ниҳонии фаъолияти инсон на аз ҳуди истеҳсолот ба маънои анъанавӣ (ба маҳсулоти тайёр ва хизмат табдил додани ашёи табиат дода), балки бештар аз тақсимоти меҳнат ва шаклҳои муносибатҳои мутақобилаи байни одамон вобаста аст. Моҳиятан ин хароҷоте мебошад, ки бо мавҷудияти тақсими меҳнат ва алоқаҳои хочагидорӣ дар ҷамъият вобастагӣ дорад.

Ҳамин тариқ, ба бузургӣ ва сохтори хароҷоти трансаксионӣ дар ҷанбаи иқтисоди миллӣ ҳолатҳои зерин таъсири махсус мерасонанд:

1. Бахши трансаксионии мутобиқ ба давраи имрӯза (аз рӯи таркиб, сохтор, қобилияти қонё гардонидани талабот, тибқи ҳелҳои хизматҳои пешниҳодшаванда, аз рӯи қобили қабул будани нарху тарифҳо, имкониятҳои қор барои оянда ва ғайра) ташаккул ёфтааст, ки худ он дар хоҷагии халқ тағйироти азим ба шумор меравад.

2. Ба хизматрасониҳои бахши трансаксионӣ ба сабаби тезутундии рақобат дар бозорҳои дохилӣ (миллӣ) яқоя бо ҷаҳонишавӣ марбутан ба зарурати иштирок дар тақсимооти байналмиллалии меҳнат, ҳамчунин ба миён омадаи муаммоҳои гирифтани манфиат аз шаклҳои гуногуни муносибатҳои иқтисодии ҷаҳонӣ талабот зиёд гардид.

3. Афзоиши даромади аҳоли, зиёд шудани хароҷоти меҳнат ва як қатор омилҳои дигар боиси тағйирёбии назаррас дар истеъмоли ғайриистехсолӣ гардиданд. Талабот ба молҳои техникӣ, манзил, ба хизматҳои соҳаи маориф, тандурустӣ, маданияву маишӣ афзуданд.

4. Бегуфтугӯ, нақши давлат афзуд, ки онро бо ҷунин нишондиҳандаҳо, мисли, ҳиссаи бахши давлатӣ дар ММД ва шуғл, маблағгузорию асосӣ, дар талаботи маҷмӯии ҷамъият ва ғайра ба ҳисоб мегиранд.

Аммо дар замони мо барои сохтакории мол низ имкониятҳои васеи техникӣ ва дигар имкониятҳо мавҷуданд. Имрӯз қариб ҳама гуна маҳсулотро қалбаки қардан имконпазир аст. Он молҳое, ки талабот ба онҳо зиёд мебошад, аз ҷумла дору, нуриҳои маъданӣ, қисмҳои эҳтиётии таҷҳизот ва ғайра мавриди тақаллуби фаъолон қарор мегиранд. Бинобар ин, хароҷоту зарари истеъмолкунандагон барои тафтиши ҳақиқӣ будани маҳсулот ва муҳофизат аз истифодаи маҳсулоти тақаллубӣ меафзояд. Хароҷоти он ширкатҳое хеле зиёд аст, ки моли онҳо мавриди тақаллуб қарор мегиранд.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи реклама» аз 18 июли 2017, №1456-1457.
2. Байматов, А.А. Маркетинг/ А.А. Бойматов– Худжанд: Меркурий, 2009. – 403 с.
3. Дадоматов Д.Н., Қўзибоева Б.М. Нақши рақобат дар хароҷотҳои трансаксионӣ / Номаи донишгоҳ. МДТ ДДХ ба номи Б.Ғафуров. – Хучанд, 2019. – №1(48). – С.120-124. ISBN 2077-4974
4. Жерукова, А.Б. Выбор предприятиями АПК стратегии конкуренции/ А.Б. Жерукова // Экономика с-х и перерабатывающих предприятий. -2006.-№5- С. 20-23.
5. Кузьминов Я.И. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты [Текст]: учебник для студентов вузов/Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М.. - М.: Изд. дом ГУВШЭ, 2006. С. 258.
6. Маъмуров, А. М. Арзёбии вазъи муосири маъмурикунонии андоз дар сатҳи минтақавӣ / А.М. Маъмуров, С.Б. Саломов // Ахбори Донишгоҳи давлатии ҳуқуқ, бизнес ва сиёсати Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои ҷомеашиносӣ.– 2022. – №. 2(91). – Р. 82-92. – EDN ULBGAZ.
7. Омори солони Ҷумҳурии Тоҷикистон. Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, 2022. – С. 212, 216, 343, 350.
8. Орифов, А.О. Основополагающие факторы развития интеграционных процессов на постсоветском пространстве /А.О. Орифов // Вестник ТГУПБП. – 2011. - № 2.- С.382.
9. Шумаев В.А. Формирование системы инфраструктуры рынка товаров и услуг // Дисс. д-ра экон. наук. – М., 2001.
10. North D., Wallis J. Measuring the Transactional Sector in the American Economy, 1870-1970 // Long-term factors in American Economic Growth. Vol. 51 of the Income and Wealth Series / Ed. by S. Engerman and R. Gallman. Chicago: University of Chicago Press, 1986, chap. 3. – P. 95–161.

#### LITERATURE

1. The Law of the Republic of Tajikistan "On Advertising " dated July 18, 2017, No. 1456-1457.
2. Baymatov, A.A. Marketing/ A.A. Boymatov-Khujand: Mercury, 2009. - 403 p.
3. Dadomatov D.N.- M. The role of competition in transaction costs / University letter. MDT DDR to the name of B.Gafurov. - Hujand, 2019. – №1(48). - S120-124. ISBN 2077-4974

4. Zherukova, A.B. The choice of competition strategy by agro-industrial enterprises/ A.B. Zherukova // The economy of agricultural and processing enterprises. -2006.-No. 5- pp. 20-23.
5. Kuzminov Ya.I. Course of institutional economics: institutions, networks, transaction costs, contracts [Text]: textbook for university students/Kuzminov Ya.I., Bendukidze K.A., Yudkevich M.M. - M.: Publishing House of the Higher School of Economics, 2006. P. 258.
6. Adminov, A.M. Assessment of the current state of tax administration at the regional level / A.M. Adminov, S.B. Salomov // News of the Tajik State University of Law, Business and Politics. A series of sociological sciences.– 2022. – No. 2(91). – P. 82-92. – EDN ULBGAZ.
7. Annual statistics of the Republic of Tajikistan. Agency for Statistics under the President of the Republic of Tajikistan, 2022. - From 212, 216, 343, 350
8. Orifov, A.O. Fundamental factors of the development of integration processes in the post-Soviet space / A.O. Orifov // Vestnik TGUPBP. - 2011. - No. 2.- p.382.
9. Shumaev V.A. Formation of the goods and services market infrastructure system // Diss. Doctor of Economics, Moscow, 2001.
10. North D., Wallis J. Measuring the Transactional Sector in the American Economy, 1870-1970 // Long-term factors in American Economic Growth. Vol. 51 of the Income and Wealth Series / Ed. by S. Engerman and R. Gallman. Chicago: University of Chicago Press, 1986, chap. 3. – P. 95–161.