УДК: **311:004.9**

ТРАНСФОРМАТСИЯИ ОМОРИ РАСМӢ ДАР ШАРОИТИ ИҚТИСОДИ РАҚАМӢ: ҲАМГИРОИИ МАНБАЪҲОИ ГУНОГУНИ МАЪЛУМОТ ВА ТЕХНОЛОГИЯҲОИ BIG DATA БАРОИ ТАҲЛИЛИ ИҶТИМОИЮ ИҚТИСОДӢ

Ғафуров Парвиз Ҷурахонович

Худойбердиев Ҷахонгир Маҳмуродович

Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон

Аннотатсия. *Дар мақолаи мазкур масъалаи трансформатсияи омори расмӣ дар шароити рушди иқтисоди рақамӣ мавриди баррасӣ қарор гирифтааст. Дар асоси таҳлили манобеи назариявӣ ва эмпирикӣ нишон дода шудааст, ки пайдоиши технологияҳои Big Data фурсатҳои калон барои муассисаҳои омори миллӣ (МОМ) муҳайё месозад, аммо дар айни ҳол як қатор мушкилиҳоро низ ба вуҷуд меоварад. Дар мақола равишҳои асосии ҷамъоварии маълумот - ибтидоӣ ва дуюмдараҷа мавриди тадқиқ қарор гирифта, имконияту маҳдудиятҳои истифодаи массивҳои калони маълумот дар таҳлили иҷтимоию иқтисодӣ баён карда шудаанд.*

Калидвожаҳо: *омори расмӣ, Big Data, иқтисоди рақамӣ, ҷамъоварии маълумот, маълумоти ибтидоӣ, маълумоти дуюмдараҷа, таҳлили иҷтимоию иқтисодӣ, технологияҳои иттилоотӣ.*

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ИНТЕГРАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ ДАННЫХ И ТЕХНОЛОГИЙ BIG DATA ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Аннотация. *В данной статье рассматривается проблема трансформации официальной статистики в условиях развития цифровой экономики. На основе анализа теоретических и эмпирических источников показано, что появление технологий Big Data создаёт большие возможности для национальных статистических институтов (НСИ), однако одновременно порождает ряд существенных проблем. В статье исследуются основные методы сбора данных – первичные, вторичные и излагаются возможности и ограничения использования больших массивов данных в социально-экономическом анализе.*

Ключевые слова: *официальная статистика, Big Data, цифровая экономика, сбор данных, первичные данные, вторичные данные, социально-экономический анализ, информационные технологии.*

TRANSFORMATION OF OFFICIAL STATISTICS IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL ECONOMY: INTEGRATING DIVERSE DATA SOURCES AND BIG DATA TECHNOLOGIES FOR SOCIO-ECONOMIC ANALYSIS.

Abstract. *This article examines the transformation of official statistics in the context of digital economy development. Based on a review of theoretical and empirical sources, it is demonstrated that the emergence of Big Data technologies creates significant opportunities for National Statistical Institutes (NSIs) while simultaneously generating a range of methodological and legal challenges. The article investigates primary and secondary data collection methods and discusses the opportunities and limitations of using large datasets for socio-economic analysis.*

Keywords: *official statistics, Big Data, digital economy, data collection, primary data, secondary data, socio-economic analysis, information technologies.*

МУҚАДДИМА

Дар ду даҳсолаи охир фазои маълумотии ҷомеа тағйироти куллиро аз сар гузаронидааст. Афзоиши бесобиқаи ҳаҷми маълумоте, ки ҳар рӯз дар натиҷаи фаъолияти инсон, дастгоҳҳои ба ҳам пайваст ва системаҳои рақамӣ тавлид мешавад, технологияҳои муосир, аз қабили Big Data, омӯзиши мошинӣ ва таҳлили маълумотро ба яке аз муҳимтарин воситаҳои рушди иқтисодӣ ва иҷтимоӣ табдил додааст. Дар ин муҳити босуръат тағйирёбанда, мақомоти омори расмӣ, ки анъанавӣ масъули таъмини иттилооти боэътимод, дақиқ ва беғараз мебошанд, бо як қатор чолишҳо ва талаботи нави рақамӣ рӯ ба рӯ гардидаанд.

Аз як тараф, технологияҳои Big Data барои рушди омори расмӣ имкониятҳои нав ва бесобиқа фароҳам меоранд. Масалан, бо истифода аз маълумоти мавқеъномоии телефонҳои мобилӣ имкон дорад нишондиҳандаҳои вобаста ба ҳаракати аҳолӣ ва ҷараёнҳои сайёҳиро қариб дар вақти воқеӣ ба даст овард. Илова бар ин, маълумоти шабакаҳои иҷтимоӣ метавонад барои арзёбии пешакии тамоюлҳои рафторӣ ва сатҳи эътимоди истеъмолкунандагон истифода гардад, дар ҳоле ки маълумот оид ба нархҳои маҳсулот ва хизматрасониҳо дар интернет барои ҳисоб, мониторинг ва пешгӯии нишондиҳандаҳои таваррум аҳамияти муҳим дорад (Struijs, Braaksma & Daas, 2014). Аз ҷониби дигар, аксари маълумоти калон (Big Data) на барои мақсадҳои омории пешакӣ

тарҳрезӣ шудаанд ва на ҳамеша аҳолии муайяни таҳқиқотиро пурра фаро мегиранд. Илова бар ин, чунин маълумотҳо одатан аз марҳилаҳои стандартии назорати сифат намегузаранд, ки истифодаи усулҳои анъанавии оморӣ ва таъмини эътимоднокии натиҷаҳои таҳлилро мушкил мегардонад.

Аз ин рӯ, масъалаи ҳамгиро намудани манбаъҳои нави маълумот ба низоми омори расмӣ аҳамияти муҳими назариявӣ ва амалӣ касб менамояд. Дар шароити рушди босуръати технологияҳои рақамӣ ва афзоиши ҳаҷми маълумот, зарурати таҳияи равишҳо ва механизмҳои самараноки истифодаи онҳо дар фаъолияти мақомоти оморӣ бештар мегардад. Бо назардошти ин, ҳадафи мақолаи мазкур таҳлили имкониятҳо ва чолишҳои асосии трансформатсияи омори расмӣ дар шароити иқтисоди рақамӣ, инчунин арзёбии нақши манбаъҳои нави маълумот дар такмили сифати иттилооти оморӣ мебошад.

УСУЛҲО ВА МАНБАЪҲОИ МАЪЛУМОТ

Дар таҳқиқоти оморӣ одатан ду гурӯҳи асосии маълумот ҷудо карда мешаванд: маълумоти ибтидоӣ ва маълумоти дуюмдараҷа. Маълумоти ибтидоӣ бевосита аз манбаи аслӣ ва махсус барои ноил шудан ба ҳадафҳои муайяни тадқиқот ҷамъоварӣ мегарданд. Аз ин рӯ, чунин маълумот хусусияти аслӣ дошта, ба талабот ва вазифаҳои мушаххаси таҳқиқот пурра мутобиқ мебошанд (Daniel, 2019). Маълумоти дуюмдараҷа бошад, маълумотест, ки қаблан аз ҷониби шахсон ё ташкилотҳои дигар ҷамъоварӣ ва коркард гардидааст. Чунин маълумотҳо одатан дар нашрияҳои расмии давлатӣ, маҷаллаҳои илмӣ ва касбӣ, ҳисоботҳои созмонҳои байналмилалӣ, пойгоҳҳои иттилоотӣ ва дигар манбаъҳои дастрас интишор мешаванд (Wilcox, 1987).

Барои ҷамъоварии маълумоти ибтидоӣ як қатор усулҳо истифода мешаванд, ки аз ҷумла мушоҳида, мусоҳиба (шахсӣ, телефонӣ ё онлайн), пурсишномаҳо ва варақаҳои бақайдгирии маълумотро дар бар мегиранд. Ин усулҳо имконият медиҳанд, ки маълумоти зарурӣ бевосита аз воҳидҳои мушоҳида ба даст оварда шавад (Jenkins et al., 1975). Ҳар яке аз усулҳои ҷамъоварии маълумоти ибтидоӣ дорои афзалиятҳо ва маҳдудиятҳои хоси худ мебошад. Масалан, усули мушоҳида ба муҳаққиқ имкон медиҳад, ки маълумотро бевосита аз раванди воқеӣ ба даст оварда, таъсири андешаҳо ва ҷавобҳои субъективии иштирокчиёнро коҳиш диҳад (Kabir, 2016). Бо вуҷуди ин, истифодаи ин усул одатан хароҷоти зиёд, вақти бештар ва захираҳои иловагиро талаб намуда, доираи тадқиқотро маҳдуд месозад. Усули пурсишнома яке аз усулҳои маъмултарин дар тадқиқоти иҷтимоию иқтисодӣ ба ҳисоб меравад. Он барои ҷамъоварии маълумоти гуногун дар доираи таҳқиқотҳои васеъ истифода шуда, аз ҷониби муҳаққиқон, муассисаҳои илмӣ,

ташкилотҳои хусусӣ ва давлатӣ, инчунин мақомоти ҳокимияти давлатӣ татбиқ мегардад (Bohrnstedt & Knoke, 1982). Бартарии асосии ин усул дар хароҷоти нисбатан пасти он ҳангоми фарогирии минтақаҳои васеи ҷуғрофӣ ва имконияти дастрасӣ ба гурӯҳҳои посухдиҳандагоне мебошад, ки тавассути дигар усулҳои ҷамъоварии маълумот ба осонӣ дастрас нестанд.

Дар шароити иқтисоди рақамӣ ба усулҳои анъанавии ҷамъоварии маълумот манбаъҳои нави иттилоотӣ илова гардидаанд. Ба онҳо маълумоти трансаксионӣ, маълумоти аз датчикҳо ва дастгоҳҳои интеллектуалӣ ҳосилшаванда, маълумоти шабакаҳои иҷтимоӣ, маълумоти операторони алоқаи мобилӣ ва дигар манбаъҳои рақамӣ дохил мешаванд. Маҷмӯи чунин маълумотҳо одатан бо мафҳуми «Big Data» ифода мегарданд. Big Data ба массивҳои бузурги маълумот ишора мекунад, ки бо ҳаҷми калон, суръати баланди тавлид ва коркард, инчунин гуногунии зиёди шакл ва манбаъҳои худ фарқ мекунанд.

НАТИҶАИ ТАДҚИҚОТ

Тибқи андешаи Struijs, Braaksma ва Daas (2014), технологияҳои Big Data барои мақомоти омори миллӣ (МОМ) имкониятҳои васеъ фароҳам меоранд. Аз ҷумла, маълумоти мавқеъсанҷии телефонҳои мобилӣ метавонад барои таҳияи оморҳои фаврӣ оид ба ҳаракати аҳолӣ ва ҷараёнҳои сайёҳӣ истифода шавад. Ҳамзамон, маълумоти шабакаҳои иҷтимоӣ метавонанд ҳамчун нишондиҳандаи пешакии рафтори истеъмолкунандагон хизмат намоянд. Маълумоти нархҳои онлайн бошад, барои ҳисоб ва мониторинги нишондиҳандаҳои таваррум имкониятҳои нав фароҳам меорад. Илова бар ин, маълумоти аз сенсорҳои роҳӣ ба дастомада метавонанд дар ҷамъоварии иттилоот оид ба ҳаракати нақлиёт ва истифодаи роҳҳо ҷойгузини пурсишҳои анъанавӣ гарданд. Дар маҷмӯъ, истифодаи чунин манбаъҳои маълумот имкон медиҳад, ки омори расмӣ саривақтӣ, муфассал ва камхароҷоттар гардад. Имкониятҳои Big Data танҳо ба таҳияи нишондиҳандаҳо ва оморҳои нави расмӣ маҳдуд намешаванд. Ин гуна маълумотҳо метавонанд ҳамчун манбаи иловагӣ ё ҳатто ҷойгузини манбаъҳои анъанавии маълумот, аз ҷумла пурсишномаҳои оморӣ ва маълумоти маъмурӣ, истифода шаванд. Дар натиҷа, ҳаҷми маълумоте, ки аз шаҳрвандон ва субъектҳои хоҷагидорӣ тавассути пурсишҳо ҷамъоварӣ мегардад, коҳиш ёфта, бори маъмурии ба онҳо вогузоршуда сабуктар мешавад. Ин масъала солҳои зиёд яке аз мушкилоти асосии низоми омори расмӣ ба ҳисоб мерафт.

Бо вуҷуди имкониятҳои васеъ, истифодаи Big Data дар низоми омори расмӣ бо як қатор мушкилоти методологӣ, ҳуқуқӣ ва техникӣ рӯ ба рӯ мегардад. Аз нуқтаи назари методологӣ, аксари манбаъҳои Big Data, аз ҷумла

маълумоти шабакаҳои иҷтимоӣ, на барои мақсадҳои оморӣ ҷамъоварӣ шудаанд. Аз ин рӯ, онҳо одатан аҳолии ҳадафи дақиқ муайяншуда, сохтори стандартӣ ва механизмҳои тасдиқшудаи назорати сифатро надоранд. Дар натиҷа, татбиқи усулҳои анъанавии оморӣ, ки ба принсипҳои интихоби намуна ва намояндагии маълумот асос меёбанд, бо мушкилоти ҷиддӣ рӯ ба рӯ мешавад (Daas & Puts, 2014a). Дар баробари мушкилоти методологӣ, ҳамгироии Big Data ба фаъолияти омори расмӣ масъалаҳои муҳими ҳуқуқӣ ва ахлоқиро низ ба миён меорад. Азбаски мақомоти оморӣ барои таъмини махфият ва ҳифзи маълумоти шахсӣ масъул мебошанд, истифодаи массивҳои бузурги маълумот, ки дар натиҷаи пайваст намудани якчанд манбаи иттилоотӣ метавонанд ба ошкор гардидани ҳувияти шахсони алоҳида оварда расонанд, хавфҳои ҷиддии ҳуқуқӣ ва этикиро ба вуҷуд меорад. Илова бар ин, коркарди самараноки чунин маълумотҳо рушди инфрасохтори пуриқтидори рақамӣ, захираҳои бузурги ҳисоббарорӣ ва механизмҳои боэътимоди амнияти кибериро тақозо менамояд. Аз ин рӯ, таъмини амнияти маълумот ва риояи меъёрҳои ҳифзи маълумоти шахсӣ ба яке аз самтҳои афзалиятноки рушди омори расмӣ дар шароити иқтисоди рақамӣ табдил ёфтааст. Мушкилоти дигари муҳим ба ноустувории баъзе манбаъҳои Big Data вобаста аст. Манбаъҳои мазкур метавонанд бо мурури замон тағйир ёбанд ё ҳатто дастнорас гарданд, ки ин барои омори расмӣ мушкилоти ҷиддӣ эҷод мекунад. Зеро омори расмӣ аксаран дар шакли қаторҳои вақтӣ таҳия ва нашр мешавад ва барои истифодабарандагон нигоҳ доштани муттасилӣ, муқоисашавандагӣ ва устувории чунин қаторҳо аҳамияти калидӣ дорад. Тағйирёбии манбаъҳои маълумот метавонад ба вайрон шудани пайдарпайии қаторҳои оморӣ ва коҳиш ёфтани эътимоднокии таҳлилҳои дарозмуддат оварда расонад.

Дар посух ба ин чолишҳо, мақомоти омори миллӣ (МОМ) аҳамияти ҳамкории байналмилалиро бештар дарк намуданд. Аз ҷумла, дар Санади Шевенинген (Scheveningen Memorandum), ки соли 2013 аз ҷониби директорони кулли ҳамаи мақомоти омори миллии кишварҳои Аврупо ба имзо расидааст, зарурати таҳияи муносибати стратегӣ ва ҳамоҳангшуда нисбат ба истифодаи Big Data дар фаъолияти оморӣ таъкид гардидааст. Дар ин санад ҳамкории байналмилалӣ ҳамчун омили муҳим барои истифодаи самараноки манбаъҳои нави маълумот ва ҳалли мушкилоти вобаста ба онҳо арзёбӣ мешавад. Бо ташаббуси Комиссияи иқтисодии Созмони Милали Муттаҳид барои Аврупо (UNECE) низ барномаи махсуси бисёрсамта таҳия ва амалӣ карда мешавад, ки ҳадафи он муайян намудан, омӯзиш ва таҳияи тавсияҳо оид ба ҳалли масъалаҳои асосии стратегӣ, методологӣ ва техникии истифодаи Big Data дар

фаъолияти мақомоти оморӣ мебошад. Ин ташаббус ба рушди таҷрибаи ягона, мубодилаи дониш ва таҳкими иқтидори институтсионалии мақомоти оморӣ дар шароити иқтисоди рақамӣ мусоидат менамояд.

Мақомоти омори миллӣ инчунин ҳамкории худро бо ширкатҳои хусусии соҳибони маълумот, аз ҷумла Google, Facebook ва операторони алоқаи мобилӣ, инчунин муассисаҳои таҳсилоти олӣ ва марказҳои илмӣ густариш медиҳанд. Ҳадафи чунин ҳамкорӣ ҳалли масъалаҳои методологӣ, таҳияи технологияҳои нави коркарди маълумот ва омода намудани мутахассисони насли нави таҳлили маълумот мебошад. Дар доираи ин ҳамкорӣ мақомоти оморӣ метавонанд ба шарикони хусусӣ таҷрибаи худро дар самти таҳлили амиқи оморӣ, арзёбии сифати маълумот ва таҳияи нишондиҳандаҳои боэътимоди оморӣ пешниҳод намоянд. Ин яке аз самтҳои асосии фаъолияти мақомоти оморӣ ба ҳисоб меравад. Дар навбати худ, ширкатҳои хусусӣ дорои захираҳои бузурги маълумот ва технологияҳои муосири ҷамъоварӣ ва нигоҳдории онҳо мебошанд, аммо на ҳамеша таҷрибаи кофӣ дар таҳлили комплексии оморӣ ва таъмини муқоисашавандагии натиҷаҳо доранд. Аз ин рӯ, ҳамкории байни мақомоти оморӣ, бахши хусусӣ ва муассисаҳои илмӣ метавонад барои истифодаи самараноки Big Data ва баланд бардоштани сифати омори расмӣ заминаи мусоид фароҳам оварад.

Бояд қайд кард, ки мақомоти омори миллӣ бояд мавқеи пешсафи худро дар фазои иттилоотии ҷомеаи рақамӣ тавассути ду самти асосӣ ҳифз намоянд. Самти аввал ба истифодаи фаъолонаи имкониятҳои Big Data барои баланд бардоштани сифат, саривақтӣ ва аҳамияти амалии оморҳои мавҷуда, инчунин таҳияи нишондиҳандаҳо ва оморҳои нав марбут мебошад. Самти дуюм ба нигоҳ доштани нақши беназири мақомоти оморӣ ҳамчун ниҳоди мустақил ва боэътимод равона шудааст, ки қобилияти арзёбӣ, санҷиш ва тасдиқи сифат ва эътимоднокии маълумоти аз манбаъҳои гуногун бадастомадаро дорад. Дар шароити афзоиши ҳаҷм ва гуногунии иттилоот маҳз ин нақш метавонад эътимоди ҷомеа ва истифодабарандагонро ба омори расмӣ таъмин намояд.

ХУЛОСА

Таҳлили адабиёт ва маводи тадқиқотии баррасишуда нишон медиҳад, ки трансформатсияи омори расмӣ дар шароити иқтисоди рақамӣ раванди объективӣ, ногузир ва бебозгашт мебошад. Рушди технологияҳои Big Data барои мақомоти омори миллӣ ҳамзамон имкониятҳои бесобиқа ва чолишҳои ҷиддиро ба вуҷуд меорад. Аз як тараф, манбаъҳои нави маълумот имконият

медиҳанд, ки нишондиҳандаҳои оморӣ бо сатҳи баландтари фаврият, дақиқӣ ва муфассалӣ таҳия карда шаванд. Аз ҷониби дигар, масъалаҳои марбут ба сифат, намояндагӣ, ҳифзи маълумоти шахсӣ, амнияти иттилоот ва муттасилии силсилаҳои оморӣ зарурати таҳияи равишҳои нави методологиро ба миён мегузоранд.

Дар чунин шароит, мақомоти омори миллӣ, ки ба тағйироти технологӣ мутобиқ гардида, ҳамкории самаранокро бо бахши хусусӣ, муассисаҳои илмӣ ва созмонҳои байналмилалӣ ба роҳ мемонанд, метавонанд мавқеи пешсафи худро дар экосистемаи иттилоотии ҷомеа ҳифз намоянд. Истифодаи имкониятҳои Big Data дар якҷоягӣ бо нигоҳ доштани меъёрҳои баланди методологӣ, мустақилият, бетарафӣ ва эътимоднокии омор шарти асосии муваффақияти онҳо хоҳад буд.

Аз ин рӯ, оияндаи омори расмӣ на дар рақобат бо истеҳсолкунандагони хусусии маълумот, балки дар ҳамкории созанда ва иштироки фаъол дар шабакаҳои бисёрҷонибаи истеҳсол, мубодила ва таҳлили дониш қарор дорад. Дар чунин низом мақомоти омори миллӣ нақши калидии кафили сифат, муқоисашавандагӣ ва эътимоднокии иттилоотро иҷро менамоянд. Барои ноил шудан ба ин ҳадаф, омода намудани мутахассисони баландихтисос дар самти таҳлили маълумот, илмҳои додаҳо (Data Science) ва омори рақамӣ аҳамияти стратегӣ дорад.

Адабиёт

1. Bohrnstedt, G.W. & Knoke, D. (1982). Statistics for Social Data Analysis. Itasca, IL: F.E. Peacock.
2. Daniel, B.K. (2019). Using the TACT framework to learn principles of rigour in qualitative research. Electronic Journal of Business Research Methods, 17(3), pp. 118-129.
3. Daas, P.J.H. & Puts, M.J.H. (2014a). Big Data as a source of statistical information. The Survey Statistician, 69, 22-31.
4. Daas, P.J.H. & Puts, M.J.H. (2014b). Social media sentiment and consumer confidence. Paper for the ECB workshop on using Big Data for forecasting and statistics. Frankfurt.
5. DGINS (2013). Scheveningen Memorandum on Big Data and official statistics. Eurostat.
6. Freeman, L.C. (1965). Elementary Applied Statistics: For Students of Behavioral Science. New York: John Wiley.
7. Jenkins, G.D., Nadler, D.A., Lawler, E.E. & Cammann, C. (1975). Structured observations: an approach to measuring the nature of jobs. Journal of Applied Psychology, 60, 171-181.
8. Kabir, S.M. (2016). Methods of data collection. Basic Guidelines for Research: An Introductory Approach for All Disciplines. Chittagong: Book Zone Publication.
9. Mertens, W., Pugliese, A. & Recker, J. (2017). Quantitative Data Analysis: A Companion for Accounting and Information Systems Research. Springer International Publishing.
10. Struijs, P., Braaksma, B. & Daas, P.J.H. (2014). Official statistics and Big Data. Big Data & Society, 1(1), 1-6. DOI: 10.1177/2053951714538417.

11. UNECE (2013). The role of Big Data in the modernisation of statistical production. Project plan. Geneva: United Nations Economic Commission for Europe.
12. Wilcox, R.R. (1987). New designs in analysis of variance. Annual Review of Psychology, 38, 29-60.
13. Ғафуров, П. Ҷ. Асосҳои назариявии идоракунии молияи давлатӣ дар низоми идоракунии иқтисоди миллӣ / П. Ҷ. Ғафуров // Иқтисодиёти Тоҷикистон. – 2025. – No. 4. – P. 276-280. – EDN LCAGFC.

Маълумот дар бораи муаллифон.

Ғафуров Парвиз Ҷурахонович – н.и.и., дотсент, Муовини ректор оид ба робитаҳои байналмилалии Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон. Суроға: 734067, Ҷумҳурии Тоҷикистон, кӯч. Наҳимов 64/14. E-mail: pg.1981@mail.ru.

Худойбердиев Ҷахонгир Маҳмуродович – унвонҷӯи кафедраи иқтисодиёти ҷаҳон, ДДМИТ. Суроға: 734067, Ҷумхурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯчаи Нахимов 64/14. E-mail: jaha_1992@list.ru

Сведения об авторах.

Гафуров Парвиз Джурахонович - кандидат экономических наук, доцент, Проректор по международным отношениям Таджикского государственного финансово-экономического университета. Адрес: 734067, Республика Таджикистан, ул. Нахимова 64/14. E-mail: pg.1981@mail.ru.

Худойбердиев Джахонгир Махмуродович - соискатель кафедры мировой экономики, ТГФЭУ. Адрес: 734067, г. Душанбе, улица Нахимова, 64/14, Республика Таджикистан, E-mail: jaha_1992@list.ru

About the authors.

Gafurov Parviz Jurakhonovich – c.e.s., associate professor, Vice Rector for International Relations at the Tajik State University of Finance and Economics. Address: 734067, Republic of Tajikistan, 64/14 Nakhimov Street. E-mail: pg.1981@mail.ru.

Khudoyberdiev Jahongir Makhmurodovich - applicant of the Department of World economy, TSUFE. Address: Dushanbe, Nakhimov street, 64/14, Republic of Tajikistan. Email: jaha_1992@list.ru