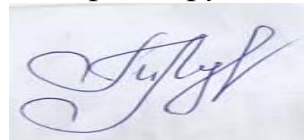


ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОМСКАЯ ГУМАНИТАРНАЯ АКАДЕМИЯ»

УДК:332.122

На правах рукописи



Лукина Татьяна Сергеевна

НОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ
(на материалах Омской области)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности –
08.00.03 Региональная и территориальная экономика

Душанбе – 2023

Диссертация выполнена на кафедре экономики и управления ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия»

Научный руководитель **Патласов Олег Юрьевич** – доктор экономических наук, профессор, проректор ЧУОО ВО Омской гуманитарной академии

**Официальные
оппоненты:** **Самандарзода Искандар Хусейн**,
доктор экономических наук, профессор,
проректор по международным отношениям
Таджикского аграрного университета имени
Шириншох Шотемура

Сатторов Абдурасул Абдугаффорович,
кандидат экономических наук, доцент, декан
факультета экономики и финансов
Технологического университета Таджикистана

**Оппонирующая
организация:** **Таджикский национальный университет**

Защита диссертации состоится «05» мая 2023 года в 10⁰⁰ часов на заседании диссертационного совета 6D.KOA-014 при Таджикском государственном финансово-экономическом университете по адресу: 734067, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. Нахимова, 64/14. E-mail: faridullo72@mail.ru; телефон ученого секретаря +992 935730010.

С содержанием диссертации и автореферата можно ознакомиться в научной библиотеке Таджикского государственного финансово-экономического университета и на официальном сайте www.tgfeu.tj

Автореферат разослан «_____» _____ 2023 года

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



Убайдуллоев Ф.К.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Изменения, проходящие в экономическом пространстве страны, характеризующие модернизацию и диверсификацию ее структуры, направлены на формирование нового качества жизни населения. Данные процессы обуславливают становление управленческих подходов к социально-экономическим и институциональным системам в пространственных образованиях.

Слом старой парадигмы развития сельских территорий, смена законодательных подходов в управлении сельскими муниципалитетами, сложившаяся за последние десятилетия позволяет делать выводы, что действующие подходы к управлению сельскими территориями не могут решить накопившиеся проблемы: количество сельских населенных пунктов сократилось более чем на двадцать тысяч, за счет миграционных процессов население сократилось почти на два миллиона.

Несмотря на многочисленные изменения и дополнения в ФЗ - 131, регламентирующий деятельность управления на сельских территориях, достичь положительных тенденций не удалось. И в 2018 году федеральный законодатель принял решение о ликвидации административных территориальных единиц – сельских поселений, путем слияния и поглощения в единый муниципальный округ. Озвучен переходный период до 2028 года, и в настоящее время необходима широкая дискуссия как будет осуществляться управление локальными территориями, актуализируется поиск новой парадигмы развития сельскими территориями.

Для вывода из кризиса и придания нового импульса развития сельским территориям требуется пересмотреть подходы к управлению сельскими территориями, разработать комплекс мер государственной политики, предусматривающий маркетинговый подход. Научная дискуссия об использовании маркетингового подхода в процессе модернизации системы управления сельскими территориями обусловлена изменением поведенческой ориентации населения, демократизацией и развитием гражданского общества, реализацией коммерческих и некоммерческих планов, когда достижение целей индивидуума связано с возможностями конкретной территории. Применение маркетинговых подходов в управлении территориями в исследуемый период носило фрагментарный характер, что не позволяет оценить степень эффективности использования широкого арсенала маркетинговых инструментов в практике управленческой деятельности. Этот подход позволит перенести акцент с крепко укоренившейся российской традиции недооценки роли человеческого фактора и стратегической для настоящего времени ошибки построения отношений «власть-индивидуум» при переоценке роли капитала и недооценки человека, как основного вектора развития - на выявление и удовлетворение потребностей целевой группы, которой является сельское население. Промедление в этом вопросе, скорее всего, приведет к еще большему отставанию и непредсказуемым последствиям, в условиях, когда темпы научного прогресса в разы ускорились, полагаться нужно на экономику знаний.

Широкое использование интернет площадки для налаживания коммуникации, своевременное выявление проблемных вопросов жителей и адекватное реагирование управленческих структур позволит достичь положительного эффекта для стабилизации социально-экономического состояния локальных территорий. Тема диссертационного исследования, исходя из вышеизложенного, является актуальной.

Степень разработанности научной темы. В том, что причина кризиса, сложившегося на сельских территориях нашей страны значительно глубже, чем кажется на первый взгляд, согласны многие авторитетные ученые – академики РАН Беспяхотный Г.В., Буздалов И.Н., Костяев А.И., Милосердов В.В., Папцов А.Г., Петриков А.В., Ушачев И.Г. и др. В своих публикациях в разной интерпретации они отмечают важность учета в социально – экономической политике ведущей роли человеческого фактора в развитии локальных территорий.

Известные ученые в сфере сельского развития Адуков Р.Х., Адукова А.Н., Меренков И.Н., Лемешев М.Я., Перцев В.Н., Третьяков А.П. Отмечают то, что основная масса сельского населения фактически не может участвовать в управлении экономикой и территориями, из-за чего остается нереализованным колоссальный потенциал нации.

Обоснование применения маркетинговых подходов рассмотрено в работах Альберта М., Бейкера М., Голубкова Е., Котлера Ф., Ламбена Ж.Ж., Мескона М., Морисса Р., Орловой Т., Свенсона Г., Хедоури Ф.

Результаты действий маркетинговой направленности в российских регионах, креативные подходы во взаимодействии с социумом можно найти в работах Андреевой Л., Багиева Г., Борисовой В., Кетовой Н., Костоглотовой Д., Нагапетянца Н., Ованесяна Н.М., Островской В. Н., Пономаревой А. М., Тамбиева А.Х., Толмачева А.В., Синяевой И., и др.

Методологические аспекты, теория маркетинга территорий, выбор инструментов и направлений маркетингового воздействия на разнообразные пространственные единицы осуществлены в работах Абрамовой Г. П., Балдерьяна И., Блайхера К., Галямова Р., Меера Ж., Морозовой Г., Сачук Т, Семеновой И., Функе У., Шеховцевой Л., и др.

Рекомендации по разработке маркетингового инструментария стратегической и тактической направленности для реализации коммерческими и общественными организациями, в том числе территориальными органами управления на сельских территориях посвящены работы Завалишина А., Наумова В., Нифонтова В., Овсянникова А, Петтай И., Радченко В.П., Римашевской Н., Рязанцева И., Сачук Т., и др.

По мнению В.П. Радченко: «...разработка и применение маркетинговых подходов в управлении сельскими территориями в настоящее время находится на этапе постановки задач исследования и методологической проработки. Маркетинговые подходы в управлении сельскими территориями исследуемые в работах отечественных и зарубежных ученых, проанализированы применительно к конкретным территориям, что ограничивает возможности

практического применения предложенных рекомендаций в практике управления другими сельскими территориями...».

Связь исследования с научными программами и темами. Широкая научная дискуссия, актуализирующая предложения по выводу малых пространственных единиц из сложившегося затяжного кризиса, тесно перекликается с принятыми на государственном уровне Программами по развитию сельских территорий. Но, не смотря, на действующие с 2003 года государственные программы, имеющие своей целью улучшить социально-экономическое состояние сельских территорий РФ, планируемого эффекта до настоящего времени не достигнуто.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования. Разработка нового подхода в управлении сельскими территориями, обоснование применения в управленческой деятельности маркетингового подхода, как инновационного, соответствующего потребностям современного социума.

Задачи исследования. Для достижения этой цели автором были выдвинуты и решены следующие задачи:

- обобщить содержание разных подходов в управлении сельскими территориями
- определить современное состояние управленческой деятельности на сельских территориях Омской области
- оценить экономическую и социальную эффективность органов сельского управления
- обосновать применение маркетингового подхода в управлении сельскими территориями
- разработать механизмы внедрения маркетингового подхода в управлении сельскими территориями;
- разработать модель оценки эффективности деятельности управленческих структур сельских поселений.

Объектом исследования выступают сельские территории муниципальных районов Омской области, углубленные исследования проводились на примере Омского муниципального района.

Предметом исследования является управленческая деятельность экономическими, социальными, экологическими и институциональными системами сельских поселенческих территорий.

Гипотеза исследования. Применение маркетинговых подходов в управлении сельскими территориями позволит придать новый импульс развитию сельских территорий.

Теоретические основы исследования. Теоретической основой диссертационной работы послужили труды отечественных и зарубежных ученых, законодательные и нормативно-правовые документы органов государственной власти Российской Федерации, Омской области, решения представительных органов местного самоуправления муниципальных образований, статистическая информация федеральной и территориальной

службы государственной статистики, материалы научных конференций и семинаров, а также результаты собственных исследований автора.

Методологическая основа исследования. В процессе исследования в зависимости от решаемых задач были использованы эволюционный метод, логический и ситуационный анализ, монографический, системно-структурный, экономико-статистический, исследование маркетинговой среды и другие методы экономических исследований.

Источник информации. В качестве источников информации использованы данные Федеральной государственной статистики, Министерства финансов РФ, Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Омской области, годовые отчеты и паспорта муниципальных районов Омской области, материалы заседаний представительных органов муниципальных образований районов и сельских поселений, материалы периодических изданий, электронные информационные ресурсы и собственные исследования автора.

База исследования. Диссертационная работа выполнена на кафедре экономики и управления Омской гуманитарной академии.

Научная новизна исследования заключается в обосновании применения маркетинговых подходов в управлении сельскими территориями, как действенного способа удовлетворения потребностей сельского сообщества, преодоления кризисных тенденций и перехода на вектор развития сельских территорий. Предложена смена привычных форм управления сельскими территориями, как новая парадигма – суть которой, в переносе управленческих инструментов на интернет площадки, сайты локальных территорий, где основным эффектом является временной интервал, затраченный на решение тактических проблем и доведение/отслеживание сроков реализации плановых проектов.

Основными элементами научного вклада являются следующие методические, теоретические и практические результаты:

- уточнена и дополнена содержательная характеристика категории экономической, социальной и институциональной эффективности управленческих органов сельских территорий;
- на основе мониторинга состояний сельских территорий, предложена типизация сельских населенных пунктов по уровню социально-экономической устойчивости сельских поселенческих образований;
- обосновано предложение по упразднению сельских поселений как территориально административных единиц сельских районов, путем поглощения в единый муниципальный округ;
- обоснована стратегия внедрения маркетингового подхода в управлении сельскими территориями, как механизма использования территориального потенциала для преломления кризисных тенденций и перехода к развитию локальных сельских территорий;
- разработаны способы и формы организации эффективных коммуникационных информационных каналов управленческих структур с

сельским сообществом, как форма выявления потребностей сельского населения;

- предложена модель оценки эффективности деятельности сельского управления, результаты оценки, возможно, практически применять для выявления сильных и слабых сторон управленческого воздействия;

Положения диссертации, выносимые на защиту. В работе защищаются наиболее существенные научные результаты, полученные автором:

- традиционно сложившиеся подходы в управлении сельскими территориями их значимость, эффективность и способность отвечать потребностям сельского сообщества в настоящее время деформированы;

- оценка экономической, социальной и институциональной эффективности деятельности сельских органов управления как адекватная оценка значимости института сельского управления;

- разработка типов сельских населенных пунктов по степени социально-экономической устойчивости с целью стратегического планирования для стабилизации и увеличения потенциала развития локальных территорий;

- необходимость перехода с двух уровневой муниципальной самоуправления (район – поселение), на один уровень управления (муниципальный округ)

- способы и формы проработки эффективных коммуникационных информационных каналов управленческих структур с сельским сообществом, как форма выявления потребностей сельского населения, своевременного реагирования на запросы жителей и доведение/отслеживание сроков реализации плановых проектов;

- внедрение маркетинговых подходов в управление сельскими территориями с широким использованием интернет ресурсов; новая парадигма развития сельских территорий - смена традиционных форм управления и перенос управленческих инструментов на интернет площадки, сайты локальных территорий.

Теоретическая и практическая значимость работы диссертационного исследования состоит в обосновании применения маркетингового подхода в управлении сельскими территориями, использование которого позволит преодолеть разнонаправленность интересов власти и сельского сообщества и обеспечит благоприятное социально-экономическое и институциональное развитие сельской территории.

Практическая значимость работы заключается в том, что основные положения могут быть использованы: органами управления муниципальных образований сельских территорий для решения вопросов по совершенствованию управленческой деятельности, региональными органами власти при разработке мероприятий по реализации проектов по развитию сельских территорий.

Материалы диссертационного исследования, возможно, использовать на экономических факультетах вузов, в преподавании дисциплин «Экономика, отраслей АПК», «Региональная экономика», «Государственное и муниципальное управление», «Маркетинг», «Менеджмент», и в дальнейших научно-

практических исследований по совершенствованию механизма управления сельскими территориями.

Степень достоверности результатов исследования обеспечена использованием общенаучных принципов научного обобщения, выявлением факторов влияния на реализацию поставленной научной задачи, использованием методических подходов, изучением общих и частных показателей, критериев.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертационная работа соответствует следующим пунктам Паспорта специальности 08.00.03- Региональная и территориальная экономика: 1.1 Развитие теории пространственной и региональной экономики: методы и инструментарий пространственных экономических исследований: проблемы региональных экономических измерений; пространственная эконометрика; системная диагностика региональных проблем и ситуаций, п.1.14 Управление экономикой регионов. Формы и механизмы взаимодействия республиканской и местной власти, бизнес-структур и структур гражданского общества. Функции и механизмы управления. Методическое обоснование и разработка организационных схем и механизмов управления экономикой регионов; оценка их эффективности; п. 1.18 Организация и оценка эффективности деятельности органов исполнительной власти в областях и в административных районах; применение таких оценок в системе государственного управления и контроля.

Личный вклад соискателя ученой степени в исследование. Все этапы диссертационного исследования, включая выработку темы диссертации, обоснование ее актуальности, постановка цели и задач, выполнялись самим соискателем. Автор внес значительный вклад в развитии новой парадигмы развития сельских территорий и совершенствовании теоретических основ формирования и дальнейшей реализации маркетинговых подходов в управлении сельскими территориями, определяющие перспективное развитие сельских территорий.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались и обсуждались на VII, VIII, X и XIII Международной научно-практической конференции «Наука и общество: проблемы современных исследований», Омск 2013-2019, Международной научно-практической конференции докторантов PhD, магистрантов и молодых ученых «Современная наука и образование: проблемы и перспективы» Семей 2013, на XIV Международной научно-практической конференции молодых ученых, Екатеринбург 2017, региональных научно-практических конференциях. Авторские предложения по применению маркетинговых подходов к управлению сельскими и пригородными территориями были использованы в ходе предвыборной кампаний по выборам муниципальных депутатов и Глав сельских поселений Омского района, Омской области (2010-2020 гг.).

Публикации по теме диссертации. По теме диссертации соискателем опубликовано 20 работ, из которых 4 статьи опубликовано в рецензируемых

журналах, рекомендованных ВАК при Президенте Республики Таджикистан и Российской Федерации.

Структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, десяти параграфов, трех глав, заключения, списка использованных источников, состоящего из 175 наименований, диссертация подготовлена в 188 страниц компьютерного текста включает 6 рисунков, и 35 таблиц, 8 диаграмм, и 3 приложений.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Во введении диссертационной работы обоснована актуальность проблематики исследования и степень ее разработанности, представлены объект и предмет, цель и задачи исследования, теоретико-методологические основы, информационно-эмпирическая и нормативная база, инструментарий, методический аппарат, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, апробация результатов и структура работы.

В первой главе «Теоретико-методологические аспекты развития сельских регионов» рассмотрены и проанализированы подходы в управлении сельскими территориями.

Исторически сложилось, что определяющим экономическим фактором жизнедеятельности сельской территории является наличие действующего сельскохозяйственного предприятия. Данные предприятия являлись в дореформенный период градообразующей детерминантой при расселении и формировании территориальных единиц. До смены государственного устройства сельскохозяйственные предприятия (колхозы, совхозы) выполняли все социальные функции на территориях, обеспечивая население рабочими местами, жильем, иными социально-культурными структурами, гармонично удовлетворяя потребности территориального сообщества являясь парадигмой развития сельских территорий.

Таблица 1. - Функции сельских территорий

ЭКОНОМИЧЕСКИ-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ	СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ	ЭКОЛОГИЧЕСКИ-ПРИРОДНАЯ
* продукция отраслей сельского, лесного, водного хозяйства, промышленности, туризма и т.д. Пространственно-коммуникационная * пространственный базис для размещения производств	* культурное и духовное наследие * этносы * толерантное сельское население	Рекреационная * отдых * туризм
Ресурсная	Демографическая	Природоохранительная
* обеспечение не возобновляемыми и возобновляемыми природными ресурсами	* воспроизводство населения; * трудовые ресурсы Контроль над территорией * освоение территорий * безопасность территорий	* Поддержка экологического равновесия, сохранение природных ландшафтов

Источник: составлен автором.

В диссертационном исследовании раскрыта сущность применения данного подхода и его результативность на территории Омской области.

Переходные девяностые годы показали ошибку в данном подходе, выраженную в сильной зависимости от финансирования государством и политических решений. Произошла смена привычной парадигмы.

Для социально-экономического развития РФ важную роль традиционно значило состояние сельских территорий, определяющих выполняемые важные функции. Сельские территории выполняют множество функций, в настоящее время исследователи выделяют пять основных:

- Производственная – обеспечение общества сельскохозяйственным продовольствием, лесной продукцией, охотничье-промысловому и рыбного хозяйства и другой несельскохозяйственной продукцией;
- Социально-демографическая – воспроизводство демографического и трудового потенциала государства;
- Культурная – сохранение традиций, искусства и художественных промыслов народов Российской Федерации;
- Природоохранная – поддержание экологического равновесия, сохранение природных ландшафтов, содержание национальных парков и заповедников;
- Рекреационная – обеспечение оздоровления и отдыха населения.

Выполнение тех или иных функций определяется географическим расположением сельской территории, ресурсами и возможностями бюджета. Сельские территории - понятие не только аграрное, это обобщенное понятие, где население работает в сельской местности, но не только в сельскохозяйственной отрасли.

Кризис сельскохозяйственного производства привел к деградации села и безынициативности сельского сообщества. Что послужило предпосылкой к созданию эндогенного подхода к сельскому развитию, основанному на том, что ключом к устойчивому развитию является человеческий капитал, культурное и природное наследие территории. Что актуализирует смену парадигмы развития сельских территорий.

Предлагаемый научным сообществом территориальный подход развития сельских территорий нашел свою отражение в принятой Правительством Российской Федерации «Стратегии устойчивого развития сельских территорий РФ на период до 2030 года» от 02.02.2015 №151-р.

Как показывает практика, принятые Правительством меры и достигнутые результаты недостаточны для решения вопросов повышения качества и уровня жизни сельского населения, сохранения социального и экономического потенциала сельских территорий и выполнения ими общенациональной функций: производственной, демографической, трудоресурсной, пространственно-коммуникационной, сохранения историко-культурных основ идентичности народов страны, поддержания социального контроля и сохранения исторически освоенных ландшафтов сельских территорий.

Российские ученые рассматривают маркетинг сельских территорий как механизм совершенствования территориального управления и как инструмент

устойчивого развития сельской местности, что может являться новой парадигмой развития сельской территории.

Рассмотрен зарубежный опыт развития сельских территорий. Исследуя зарубежный опыт развития сельских территорий нами сделан вывод, что опыт Швеции наиболее применим в России, в связи с изменениями законодательства и ликвидацией низовых административных единиц – сельских поселений. В Швеции давно сложилось трех уровневое планирование: Национальный (у нас федеральный), Региональный и Муниципальный. А местные сельские сообщества продвигают на муниципальный уровень свои Проекты. Таким образом инициатива идущая снизу, проходит определенные этапы - поддерживается и реализуется. На наш взгляд такой опыт наиболее подходящий для реализации на наших сельских территориях.

Во второй главе «Современное состояние развития сельских территорий Омской области» представлен анализ социально-экономического состояния сельских территорий Омской области, выявлены финансовые возможности сельских органов управления, дана оценка экономической, социальной и институциональной эффективности деятельности органов управления сельскими территориями.

Выявлено, что на практике в управлении сельскими территориями привычные управленческие подходы, не соответствуют современным вызовам, не могут преодолеть стагнирующие кризисные после реформенные тенденции, как в развитии сельскохозяйственных производств, так и в территориальном развитии. В современных реалиях сельские управленческие структуры не всегда могут организовать бесперебойное жизнеобеспечение на вверенных им территориях, в рамках, возложенных на них полномочий. В результате, мы наблюдаем отрицательные миграционные процессы на селе, а также сокращение числа муниципальных образований сельского уровня. С 2010 года численность сельского населения Омской области сократилась на 42,1 тысячи. Из тридцати двух районов убыль населения зафиксирована в двадцати семи, лишь в пяти районах области зафиксирован небольшой миграционный прирост населения.

Выявлено сокращение населения в сельских районах Омской области, кроме Азовского и Омского района. Всего населения районов за восемь лет сократилось на 51434 человека, если в 2010 году в сельских районах проживало 823549 человек, то в 2020 стало 772115 человек. В Омской области 32 сельских района и только в двух сельских районах численность населения незначительно увеличивается, а если же рассмотреть отток населения в остальных 28 сельских районах, то ситуация выглядит иначе.

Причины сельской миграции – недостаток рабочих мест, вызванный медленной диверсификацией сельской экономики, отсутствие перспектив, низким качеством жизни в сельской местности. Если в районных центрах отток населения менее значителен, то уменьшение численности сельского населения наиболее значим для небольших населенных пунктов. Наблюдаемые миграционные процессы, являясь очевидным показателем социально-экономического состояния, вскрывают застаревшие кризисные ситуации на

сельских территориях, что актуализирует широкую дискуссию по смене парадигмы развития сельских территорий.

Таблица 2. - Численность населения сельских районов Омской области 2010-2021 гг.

Муниципальное образование	Численность на начало 2010, чел	Населения чел, на начало 2021	Изменение Абсолютный прирост	Численности рост, снижение в % к 2021
Азовский район	22599	25480	2881	11%
Большереченский район	28739	24641	-4098	-14%
Большеуковский район	8243	6970	-1273	-15%
Горьковский район	20798	19290	-1508	-7%
Знаменский район	12520	10996	-1524	-12%
Исилькульский район	43737	38350	-5387	-12%
Калачинский район	41904	38240	-3664	-8%
Колосовский район	12953	10506	-2447	-18%
Кормиловский район	24657	24383	-274	-1%
Крутинский район	17533	14414	-3119	-17%
Любинский район	37776	37381	-395	-1%
Марьяновский район	27584	26609	-975	-3%
Москаленский район	28967	27665	-1302	-4%
Муромцевский район	23960	20381	-3579	-15%
Назыбаевский район	24280	19516	- 4764	-19%
Нижнеомский район	15948	13397	-2551	-16%
Нововаршавский район	24557	21756	-2801	-11%
Одесский район	17335	17306	-29	-0,2%
Оконешниковский район	14969	12834	-2135	-14%
Омский район	93425	99227	5802	5%
Павлоградский район	20125	18289	-1836	-9%
Полтавский район	21894	19208	-2686	-12%
Русско-Полянский район	19552	17223	-2329	-12%
Саргатский район	20105	18289	-1816	-9%
Седельниковский район	11023	9699	-1324	-12%
Таврический район	36252	34633	-1619	-5%
Тарский район	46852	43661	-3191	-7%
Тевризский район	15632	13605	-2027	-13%
Тюкалинский район	26346	22252	-4094	-15%
Усть-Ишимский район	13674	10639	-3032	-22%
Черлакский район	30467	27783	-2684	-9%
Щербакульский район	21391	19155	-2236	-10%
ИТОГО	825797	763778	-62019	-7%

Источник: Составлено автором

За последние годы множество раз были внесены изменения в 131-ФЗ, Федеральный закон от 27. 05. 2014 г., перераспределившие значительную часть полномочий с уровня сельского поселения на муниципальный район и закрепившие за муниципальным районом часть доходных источников бюджета ранее подлежавшего зачислению в бюджеты сельских поселений.

По информации Омскстата, выявлено сокращение собственных доходов сельских бюджетов в 2015 году. Из 365 сельских поселений Омской области в

334 не хватило собственных средств бюджета для осуществления расходов на общегосударственные вопросы, таким образом, для 91,5% сельских муниципалитетов были необходимы средства вышестоящих уровней бюджета для со финансирования расходов на содержание сельских администраций. В таких условиях сложно говорить о развитии сельской территории, если финансовых поступлений не всегда хватает на элементарное поддержание жизнеобеспечения сельского муниципального образования.

Исследованные миграционные процессы на сельских территориях Омской области, сокращение численности сельского населения, тотальная необеспеченность сельского бюджета позволяют сделать вывод, что применяемые в настоящее время управленческие подходы не соответствуют потребностям сельского сообщества и не могут обеспечить стабилизацию социально-экономических процессов сельских территорий.

Исходя из постулата, что экономическая эффективность это соотношение общественно полезного результата и затрат на деятельность по его созданию, наши исследования позволяют сделать вывод, что деятельность сельских органов управления не может быть экономически эффективной, потому что затраты на деятельность по созданию общественно полезного продукта значительно превышаю полученную в результате этой деятельности общественную пользу.

Рассмотрев направления расходов сельских бюджетов, сделан вывод о невозможности считать экономически эффективной деятельность органов сельского управления.

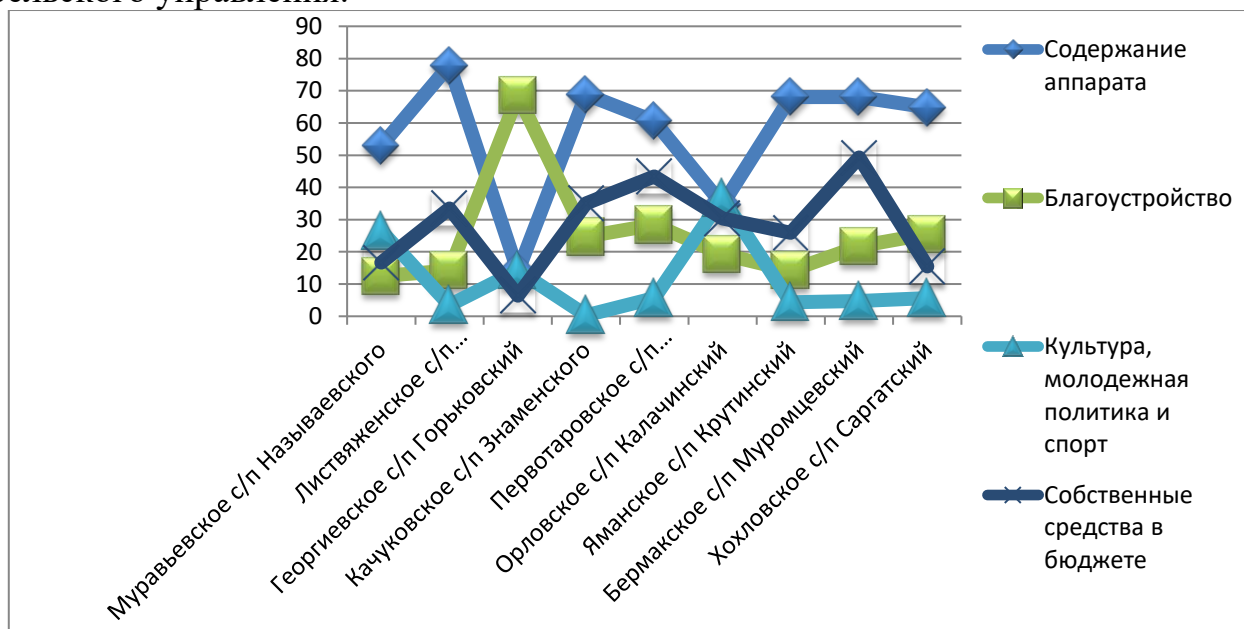


Диаграмма 1. Расходы бюджетов сельских поселений Омской области 2014 Г.

Источник: Составлено автором по информации Омкстата.

В большинстве поселений Омской области доля собственных доходов меньше, чем в пригородных поселениях областного центра. Расходы на содержание аппарата в разы превышают собственные финансовые средства бюджетов. Данные расходы превышают финансирование социальных вопросов.

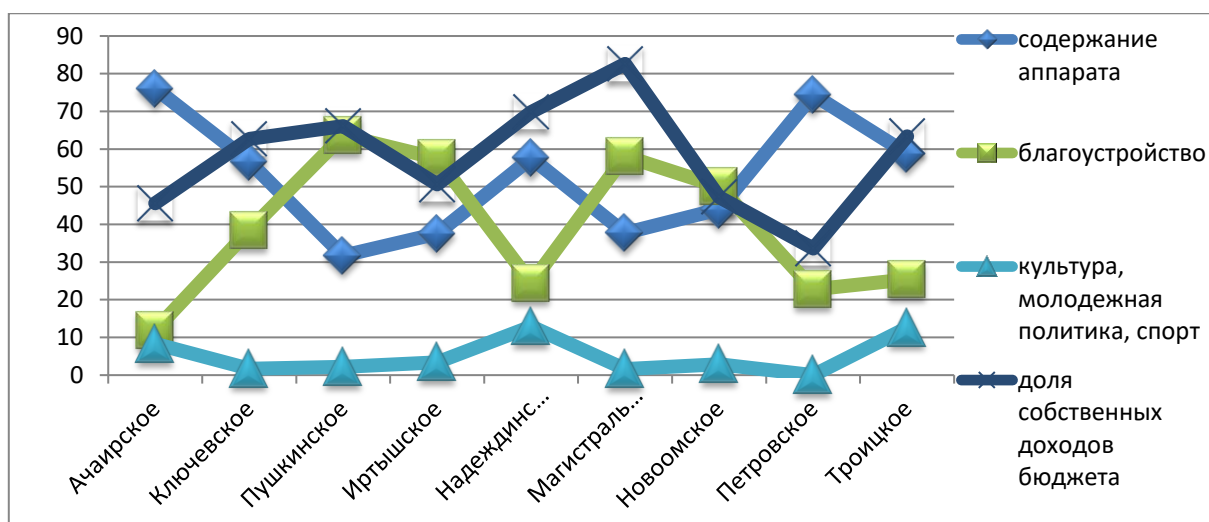


Диаграмма 2. Расходы бюджетов сельских поселений Омского района 2014 г.

Источник: Составлено автором по информации Омскстата.

Из графика видим высокую долю собственных доходов в бюджетах сельских поселений Омского района. Вместе с ростом собственных доходов растут и расходы на содержание административных структур.

Исходя из данных по рассмотренным направлениям расходов сельского бюджета деятельность органов сельского управления нельзя считать социально эффективными, и учитывая неудовлетворительно налаженное взаимодействие с сельским сообществом и недостаточной проработанностью коммуникационно-информационных каналов связи с сельским населением, то социальная эффективность сельских органов управления довольно сомнительна.

Значимость сельского самоуправления как управленческого института может рассматриваться как баланс экономического и социального эффекта. Институциональная эффективность сельских управленческих структур не может базироваться только на одном направлении отношений, например, только лишь на экономических или только на социальных, а может рассматриваться лишь в купе социально-экономических отношений. Таким образом, на протяжении последних лет сельский институт управления тотально утрачивает свою значимость.

Наши исследования выявили неэффективность двухуровневого муниципального управления, при котором происходит дублирование полномочий и размыты границы ответственности за результаты управленческой деятельности. Выявлена неэффективность бюджетных расходов на содержание административных структур, что не сопоставимо с создаваемым общественно полезным продуктом, производимым органами сельского управления.

Нами предложены типы сельских населенных пунктов в зависимости от степени их социально-экономической устойчивости, предусматривающей численность проживающего населения, количества и качества социальных объектов, наличия сельскохозяйственных и промышленных предприятий, численность малого предпринимательства, степени оснащённости

коммунальной и дорожной инфраструктурой, как состояния маркетинговой микросреды сельской территории.

Для выбора инструментария по применению маркетинговых подходов, при принятии решений по выбору направлений управленческого воздействия, нами предложено учитывать и макро маркетинговую среду, это расстояние от районных и областного центра, другие территории, с которыми данная территория сотрудничает и соседствует, головные организации и учреждения, вышестоящие органы исполнительной власти, осуществляющие возложенные на них функции на данной территории и др.

В зависимости от типа социально-экономической устойчивости населенного пункта потребности сельского сообщества и других целевых групп сельской территории будут различны.

Целевые группы населенных пунктов со средней и высокой степенью устойчивости имеют иные потребности: благоустройство общественных пространств, повышение качества коммунально-жилищной инфраструктуры, расширения спектра бытовых услуг, потребности в развитии развлекательно-культурной среды и др.

Численность сельского населения в поселениях сельских районов Омской области на 2019 год от 86 до 13 000 человек. Самое малочисленное сельское поселение Листвяжинское Большеуковского района Омской области на первое января 2011 года имело 126 человек населения, на 2019 год – 86 человек. Многочисленность сельского населения в Лузинском поселении Омского района, в 2011 году - 12 749 человек, в 2019 – 13272.

В соответствии с информацией Омскстата, собственных средств в бюджете Листвяжинского сельского поселения Большеуковского района Омской области в разные годы в среднем около 250 тыс. рублей, расходы же на содержание органов сельского управления составляют в среднем около 850 тыс. рублей.

Из пятидесяти малочисленных сельских поселений, в которых проживает менее 500 человек, в пяти из них - проживает менее 200 человек; в двенадцати менее 300; до 1000 человек в составе 108 сельских поселений; от 1000 – 1500 жителей в 80; от 1500-2000 человек в 53; от 2000-3000 в 41 сельском поселении; свыше 3000 жителей в 50; в основном многолюдны райцентры (городские поселения сельских районов Омской области, в них проживают более 300 тысяч населения).

Если же рассматривать численный состав сельских населенных пунктов, входящих в состав сельских поселений Омской области, то количество малонаселенных сельских территорий будет значительно выше, чем представлено в таблице 2.

Например, самый многочисленный пригородный сельский район Омской области имеет около 100 000 человек населения. В составе района 23 сельских и 1 городское поселение, всего 94 населенных пункта, из которых в 35-ти населения менее 500 человек. Исходя из численности населения, социально-экономические показатели, характеризующие малочисленные сельские населенные пункты показывают низкую степень устойчивости таких

территориальных единиц. Не смотря на географическую близость к областному центру для таких населенных пунктов характерно лишь частичное наличие социальных объектов или их полное отсутствие, отсутствие сельскохозяйственных и промышленных предприятий, малое количество или полное отсутствие субъектов малого предпринимательства, низкий уровень оснащённости коммунальной и дорожной инфраструктурой.

Таблица 3. - Численность населения проживающего в сельских поселениях Омской области за 2021 год

Районное муниципальное образование	Численность поселений в составе района	Численность поселений с населением до 500 человек	Численность поселений с населением до 1000 человек	Численность поселений с населением до 2000 человек	Численность поселений с населением свыше 2000 человек
Азовский	8			2	6
Большереченский	12/1		4	8	1
Большеуковский	9	7		1	1
Горьковский	11/1		3	7	2
Знаменский	8		5	2	1
Исилькульский	10/1		3	2	6
Калачинский	12/1		5	4	4
Колосовский	11	4	6		1
Кормиловский	10/1			10	1
Крутинский	9/1	2	4	3	1
Любинский	17/2		7	7	5
Марьяновский	9/1		2	4	4
Москаленский	12/1		3	6	4
Муромцевский	14/1	4	5	4	1
Называевский	15/1	7	7	1	1
Нижнеомский	11		7	3	1
Нововаршавский	9/2		2	6	3
Одесский	9		2	5	2
Оконешниковский	8/1		5	3	1
Омский	23/1			2	22
Павлоградский	9/1		3	6	1
Полтавский	8/1			8	1
Русско-Полянский	10/1		5	5	1
Саргатский	8/1		2	6	1
Седельниковский	10	7	1	1	1
Таврический	10/1			4	7
Тарский	21/1	10	6	4	2
Тевризский	13/1	6	7		1
Тюкалинский	16/1	2	12	2	1
Усть-Ишимский	13	10	1	1	1
Черлакский	10/1	2		4	5
Щербакульский	9/1		1	7	2
ИТОГО	365с/п, 26 г/п	61	108	131	92

Источник: Составлено автором

В третьей главе «Основные направления реализации новой парадигмы сельских территорий Омской области» на основании проведенных исследований, нами предложены типы сельских населенных пунктов по уровню социально-экономической устойчивости.

Сельские населенные пункты с различными типами устойчивости определяют применение разных направлений управленческих воздействий. Актуализируют важность развития коммуникационных информационных каналов для выявления потребностей сельского сообщества, с целью формирования задач по удовлетворению сложившихся потребностей.

Развитие интернет - инструментов в управлении территориальными образованиями, в настоящее время показывает свою эффективность как форма взаимодействия органов управления и местного сообщества. Проработку данного направления деятельности мы рассматриваем как повышение институциональной эффективности органов управления.

Таблица 4. - Современные направления, характеризующие формирование потребительского поведения сельских сообществ

Направлен ия	Характеристика и особенности их проявления на сельских территориях
Социально-экономическое	-сокращение численности сельского населения, отрицательная динамика демографических показателей, низкий уровень жизни и острота проявления сельской бедности; -приватизация, либерализация сельской экономики, выявленная сложность в формировании институтов развития предпринимательства; -слом традиционной коллективной формы организации хозяйственных процессов; - изменение функций институциональной направленности в сельских образованиях с переходом из режима обслуживания в режим конкурентности, что требует инициативы и компетентности;
Культурные	- развитие средств информационно - массовых коммуникаций, повышение цивилизационной культуры сельских жителей, реализация новых интересов (увлечение новыми технологиями, социальные сети и пр.); - повышение мобильной подвижности сельских жителей, расширение их «культурного горизонта»;
Личностно-психологические	- мотивационные изменения личной ориентации сельских жителей: от «человек – часть коллектива», к «каждый за себя», что приводит к противоречию потребностей самореализации индивидуума и общественных потребностей; - возможность реализовывать предпринимательские цели формируют у сельского индивидуума активную жизненную позицию, характерную как для экономической, так и для других сфер общественной жизни;
Пространственные	- не только на уровне российских регионов углубляется социально-экономическая дифференциация, такие же процессы характерны для межмуниципальных и между населенными пунктами поселенческих территорий; - в нашей стране в распределении ресурсов преобладают направления по вектору «центр-периферия»; - сближение сельских территорий в непосредственной близости с крупными мегаполисами через развитие дорожной - транспортно инфраструктуры; - для отдаленных сельских территорий ввиду отсутствия дорожно - транспортной коммунальной и социальной инфраструктуры характерна локализация, постепенное опустошение как результат отток трудоспособного сельского населения

Источник: составлен автором

Определить институциональную эффективность органов сельского управления возможно при соблюдении двух основополагающих факторов: это прозрачность и подотчетность их деятельности и установления соответствия между предлагаемыми общественными благами и услугами - и потребностями, и предпочтениями сельского сообщества. Как показывают наши исследования, развитию этого направления деятельности органами сельского управления уделяется недостаточно внимания, и как следствие эффективность данного направления под вопросом.

Нами предложены типы сельских населенных пунктов в зависимости от степени их социально-экономической устойчивости, предусматривающей:

- количество проживающего населения,
- количества и качества социальных объектов,
- наличия сельскохозяйственных и промышленных предприятий, численность малого предпринимательства,
- степени оснащённости коммунальной и дорожной инфраструктуры - как состояния маркетинговой микросреды сельской территории, что является определяющим фактором при выработке управленческих решений по стабилизации социально-экономического состояния локальной территории.

Нами исследованы направления формирования потребительского поведения сельских сообществ (табл.4)

На основании выявленных направлений формирования потребительского поведения сельских сообществ необходимо планировать управленческое воздействие. Для наиболее точного мониторинга первоочередности решения проблем, предлагаем использовать интернет инструменты: открыть для комментирования официальные сайты поселения, широко использовать социальные сети и иные современные мессенджеры для налаживания горизонтальных связей.

1. Предложить сельскому населению для взаимодействия с органами управления активно использовать интернет инструменты и перечислить ссылки доступа (срок реализации не менее месяца);
2. Предложить сельскому населению обозначить проблемные, по их мнению, вопросы (обозначив сроки для сбора информации);
3. После ознакомления с обозначенными населением проблемными вопросами, предложить оценить их по степени важности решения, разделив полученный массив на тактические и стратегические проблемы (обозначить срок действий);
4. Предложить обсуждение и комментирование полученных результатов. Подведение итогов (срок не менее месяца);
5. Подготовка планов реализации мероприятий, определение ответственного за решение тактических и стратегических задач;
6. Регулярное информирование населения по этапам реализации намеченных планов, обсуждение необходимых корректировок (информацию дает назначенный ответственный);

7. Подведение временных итогов взаимодействия (квартал, полугодие, год). Оценка качественных и количественных результатов по решению местных вопросов, с применением данной формы коммуникационно–информационного взаимодействия;

8. Выводы и сбор предложений по совершенствованию рассматриваемой формы взаимодействия.

Организованная таким образом форма взаимодействия органов управления с сельским населением позволит активизировать местные инициативы, повысит уровень развития гражданской ответственности, позволит реализовывать личный человеческий потенциал и как следствие снизит миграционные настроения сельского населения.

Для решения задачи по сбережению сельского населения и сохранению исторически освоенных ландшафтов основное внимание должно уделяться обеспечению занятости трудоспособного населения сельских территорий и получению ими доходов. Это можно реализовать, формируя и поддерживая малые формы хозяйствования, именно семейные индивидуальные сельские фермы. Внимание стоит уделять и созданию кооперации для исключения посредников при реализации произведенной малыми хозяйствами сельскохозяйственной продукции, что позволит обеспечить активному населению занятость и доход, что сможет стать причиной для снижения миграционных настроений. И возможно усилит современный тренд по выбору сельской территории как места для жительства и ведения сельскохозяйственной деятельности, активными городскими семейными парами.

Даже учитывая, направление финансовых средств на реализацию национальных проектов по развитию сельских территорий, проведенные структурные реформы в муниципальном управлении, для ожиданий устойчивого положительного тренда в социально-экономических преобразованиях на сельских территориях необходимо рассматривать средний и долгосрочный горизонт планирования.

При реализации предложенных нами направлений маркетингового подхода в управлении сельскими территориями, положительные изменения возможны не ранее трехлетнего цикла, первым положительным результатом будет снижение миграционных процессов и стабилизация численности сельского населения. После можно будет наблюдать повышение количества произведенной сельскохозяйственной продукции и как следствие увеличение доходов сельского населения, позже возможны изменения в повышении комфортности проживания на сельских территориях.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Основные научные результаты диссертации:

Выполненное диссертационное исследование позволило получить следующие выводы, обобщающие полученные результаты.

1. Раскрыта сущность применения производственно-отраслевого подхода в дореформенный период и его результативность на территории Омской области. Обоснованно, что современный производственно-отраслевой подход,

предусматривающий, прежде всего, развитие крупных агрохолдингов не способствует решению социально-экономических проблем сельских территорий. Невозможность удовлетворить потребности сельского населения в доступных социальных услугах, применяя лишь один современный вариант производственно-отраслевого управленческого подхода, послужил основой для разработок и предложений учеными территориального подхода в управлении сельскими территориями, призванный развить социально-территориальную инфраструктуру и иные сферы жизнедеятельности сельского сообщества [15-А,18-А].

2. Предлагаемый научным сообществом территориальный подход к развитию сельских территорий, нашел свое отражение в принятых Правительством РФ законодательных актах, направленных на развитие сельских территорий, но как показало наше исследование, принятые правительством меры и достигнутые результаты недостаточны для решения вопросов повышения качества и уровня жизни сельского населения, сохранения социального и экономического потенциала сельских территорий и выполнения ими общенациональной функций: производственной, демографической, трудоресурсной, пространственно-коммуникационной, сохранения историко-культурных основ идентичности народов страны, поддержания социального контроля и сохранения исторически освоенных ландшафтов сельских территорий [2-А,3-А].

3. На практике в управлении сельскими территориями привычные управленческие подходы, не соответствуют современным вызовам, не могут преодолеть стагнирующие кризисные после реформенные тенденции, как в развитии сельскохозяйственных производств, так и в территориальном развитии. В современных реалиях сельские управленческие структуры не всегда могут организовать бесперебойное жизнеобеспечение на вверенных им территориях, в рамках, возложенных на них полномочий. Современная структура органов управления сельскими территориями показывает экономическую, социальную и институциональную неэффективность, что предопределяет сокращение численности сельского населения. Миграционные процессы на сельских территориях Омской области, тотальная необеспеченность сельского бюджета позволяют сделать вывод, что применяемые в настоящее время управленческие подходы не соответствуют потребностям сельского сообщества и не могут обеспечить стабилизацию социально-экономических процессов сельских территорий. Выявлено, что состояние экономики и социальной сферы адекватно качеству управления сельскими территориями [12-А,13-А,16-А].

4. Анализ финансовых возможностей сельских поселений выявил несоизмеримость финансовой базы поселений с возложенными на них полномочиями, с требующими своего решения социально-экономическими территориальными проблемами и с потребностями сельского сообщества. Наши исследования показали неэффективность двухуровневого муниципального управления, при котором происходит дублирование полномочий и размыты границы ответственности за результаты управленческой деятельности.

Выявлена неэффективность бюджетных расходов на содержание административных структур, что не сопоставимо с создаваемым общественно полезным продуктом, производимым органами сельского управления **[4-А,8-А,16-А]**.

5. Определена необходимость структурных изменений в органах местного управления муниципальными образованиями. Обоснована, необходимость проведения слияния всех территориально-административных единиц – сельских поселений в один муниципальный округ район, за которым сегодня законодательно закреплён широкий перечень полномочий. На сельских территориях должна быть организована система бесперебойного жизнеобеспечения населёнными пунктами, состоявшая из необходимого минимума сотрудников, для решения поставленных задач, так же должен быть территориальный управляющий, выступающий связующим звеном сельской территории с муниципальным округом. Деятельность территориального управляющего должна быть полностью прозрачна благодаря использованию интернет площадки для активного и постоянного взаимодействия с сельским сообществом **[13-А, 19-А, 20-А]**.

6. Предложена типизация сельских населённых пунктов с различными типами социально-экономической устойчивости, предопределяющая применение разных направлений управленческих воздействий. Типы устойчивости сельских населённых пунктов раскрывают понятие маркетинговой микросреды, что позволяет проанализировать пространственно природный потенциал и возможности его использования для развития малых форм хозяйствований и иной предпринимательской деятельности **[1-А,5-А,9-А]**.

7. Актуализирована важность развития коммуникационных информационных каналов для выявления потребностей сельского сообщества, с целью формирования задач по удовлетворению сложившихся потребностей. Обоснована необходимость повышения институциональной эффективности деятельности органов управления, предусматривающая развитие коммуникационно - информационного взаимодействия органов управления с сельским сообществом, используя современные интернет инструменты. Предложен поэтапный механизм реализации коммуникационно-информационного взаимодействия. Организованная таким образом форма взаимодействия позволит активизировать местные инициативы, повысит уровень развития гражданской ответственности, позволит реализовывать личный человеческий потенциал и как следствие снизит миграционные настроения сельского населения. В перспективе, сформированная таким образом инициатива «снизу», в купе с реализацией национальных программ по развитию сельских территорий позволит стабилизировать социально-экономическую ситуацию, а затем перейти на вектор развития **[19-А]**.

8. Обоснована необходимость формирования новой парадигмы управления сельскими территориями, в основе которой внедрение в управленческую практику маркетингового подхода, как адекватного ответа на вызов современности. Предложены мероприятия по внедрению маркетингового

подхода в управление сельскими территориями, предусматривающие разные направления управленческого воздействия: изменение структуры муниципального управления; исследовательское - аналитическое направление, разработку среднесрочного и стратегического сценария развития различных сфер жизнедеятельности сельского сообщества с прогнозируемыми результатами направлений деятельности [2-А,5-А,9-А,12-А,13-А, 15-А,19-А].

9. Анализ научных исследований на тему развития сельских территорий, позволяет сделать вывод, что направленность научных выводов относительно социально-экономического положения современного сельского пространства единодушно показывает, что преодолеть кризисные явления, несмотря на предпринимаемые государством меры в большей мере не удалось. Исследователи приходят к выводу, что традиционная сельская экономика уходит и идет на убыль и сельское население. Крестьянства как класса больше нет, ибо нет экономики, которая поддерживает эту группу населения. Сжимаются обработанные площади, сжимаются населенные пункты, и их число в реестре постоянно убывает. Островки выживания располагаются вдоль федеральных и региональных трасс, а на небольшое расстояние вглубь тишина, разорение и вымирание. Ситуация очень тревожная и даже драматичная. Мы находимся на рубеже переосмысления сельских пространств, смены модели сельскохозяйственной экономики. Задаются вопросом - широта территорий — это благо или проклятье страны? Территории могут стать благом в контексте обратной миграции, при наличии транспортных путей, для преодоления географических пространств. Тогда будет вероятность вновь обживать сельские территории и обрастать внутренней структурой, а также малыми хозяйствами, обслуживающими местных жителей. Так в период пандемии проявилась заметная центробежная миграция. Такие миграционные процессы носят маятниковый характер, но все же тренд заложен [4-А].

10. Рассматривая сельскую местность как среду, пытаются противопоставить ей свехурбанизированную, свехплотную городскую полагая, что именно этот контраст рано или поздно сработает на решение выбрать сельское пространство для жизни. Научная дискуссия на тему какое направление действий позволит преодолеть негативные тенденции и вопросы движущих сил современного сельского развития России предлагает широкий набор мер. Социологи, экономические географы, крестьяноведы, экономисты единодушны в том, что финансирование государственных программ на решение проблем сельского пространства нашей страны должно увеличиться. Так же необходимо предусмотреть иные подходы к целевым показателям программы. По иному рассмотреть сельское предпринимательство: малые формы хозяйствования, фермерство, собирательство дикоросов и др. Утверждают, что на селе так мало энтузиастов, готовых что то делать, что их «надо на руках носить», знают как много людей, пытавшихся организовать производство, не могли пробиться ни к кредитам, ни к какой либо помощи. Развал потребительской кооперации не позволяет решить многие проблемы малых товарных производств, в том числе является причиной недоступности выхода на

рынок местным предпринимателям со своими товарами. Методология сельского развития современной России находится в стадии становления. Региональная экономика рассматривает субъекты РФ в качестве объекта исследований, муниципальное же управление формируется недавно и исследует, в основном городские округа и муниципальные районы, а научных разработок по сельским муниципалитетам практически нет. Недооценка особенностей образа жизни сельского населения пренебрежение ими в сфере управленческих решений приводят к их разрушению без последующей замены новыми культурными образцами. Самостоятельность муниципальных образований ставила сельские территории перед выбором – быть дотационными, депрессивными территориями с массой проблем социального характера или искать новые способы управления территориальным развитием для улучшения качества жизни населения [6-А, 3-А].

11. Необходимость изменения традиционных способов территориального управления вызвана многими факторами. Необходимо рассматривать сельскую территорию как местное сообщество – население – хранителя уникальных традиций и культуры, природной среды, экономики, экологии и социальной сферы, с географическими и административными границами. Это обуславливает необходимость формирования новой парадигмы развития сельскими территориями, применения новых подходов к стратегическому планированию территориального развития, необходимость самостоятельного определения стратегий местного развития, а так же применения маркетингового инструментария, не только как самостоятельного вида деятельности, а деятельности встроенной в процесс стратегического планирования развитием сельских муниципалитетов. Важная особенность маркетинга территорий заключается в том, что, в отличие от классического коммерческого маркетинга, маркетинг территорий, с его социальной направленностью, должен базироваться на концепции интересов граждан данной территории. Реализация подобного комплексного подхода возможна в рамках концепции территориального маркетинга, который представляет собой направление, позволяющее провести детальный анализ региона и создать грамотную и эффективную программу его дальнейшего устойчивого развития. Особенно актуален данный вопрос для сельских территорий, в которых представлен ограниченный спектр отраслей и ресурсный потенциал, имеются значительные демографические и социальные проблемы. В процессе модернизации местного самоуправления созданы предпосылки перспективного использования территориального маркетинга, вызванные демократизацией гражданского сообщества, изменением поведенческих характеристик населения и бизнеса в решении и коммерческих и общественных задач, когда реализации индивидуальных стратегий связывается с возможностями территорий [13-А, 17-А].

12. В рамках данного исследования разработаны механизмы применения маркетингового инструментария для развития сельских территорий, как вектор новой парадигмы развития сельскими территориями. На основе обобщения мирового и отечественного опыта по формированию и реализации

маркетинговой политики территориального развития, систематизация действующих форм и механизмов государственного регулирования развитием местного самоуправления, оценка их эффективности для сельского населения, разработаны теоретические подходы и практические предложения по внедрению маркетинговых аспектов в муниципальное управление для эффективного развития сельских территорий на базе комплексного анализа социально-экономического состояния и дифференциации сельских пространств, их многофункциональности и способности к саморазвитию [13-А].

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРАКТИЧЕСКОМУ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ

1. Организация муниципального округа в системе местного самоуправления, с закреплением ответственности за муниципальным уровнем социально-экономических результатов территории;
2. Использовать разработанную методику оценки эффективности деятельности органов управления сельскими территориями;
3. Реализовывать мероприятия по внедрению нового подхода в управлении сельскими территориями по среднесрочному и стратегическому сценарию;
4. Внедрить предложенный комплекс мер по развитию коммуникационно-информационных каналов с целью формирования управленческих задач для удовлетворения потребностей сельского населения;
5. Активизировать содействие и поддержку малым формам хозяйствования, как сельхозтоваропроизводителям, для закрепления на сельской территории населения, повышения их благосостояния и обеспечения экономического развития;
6. Развивать информационно-коммуникационное взаимодействие власти с населением, использовать интернет сеть для налаживания горизонтальных связей и обмена практическим опытом между предпринимателями и жителями сел.
7. Начать широкую дискуссию с привлечением научного сообщества по вопросу формирования новой парадигмы развития сельских территорий.

ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в рецензируемых изданиях:

- [1-А]. Лукина Т.С. Кредитный рейтинг региона в концепции территориального маркетинга [Текст] / Т.С. Лукина // Наука о человеке: гуманитарные исследования. - Омск, 2013-№4 (14). С. 34-42. ISSN 2587-943X.
- [2-А]. Лукина Т.С. Разработка маркетинговых стратегий сельских территорий [Текст] / Т.С. Лукина, О.Ю. Патласов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – Омск, 2014. №4 (18).- С. 228 (0.88 п.л.). ISSN 2587-943X.
- [3-А]. Лукина Т.С., Стратегии формирования территории опережающего развития [Текст] / Т.С. Лукина, О.Ю. Патласов // Вестник СиБАДИ, выпуск 3(43),2015.С. 141 (0,41 п.л). ISSN: 2071-7296
- [4-А]. Лукина, Т. С. Перспективы развития сельских территорий России в условиях деурбанизации [Текст] / Т. С. Лукина // Финансово-экономический вестник. – 2022. – № 2(31). – С. 163-170. ISSN: 2663-0389

В других изданиях:

- [5-А]. Лукина Т.С. Маркетинговые стратегии и брендинг территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества Сборник научных статей VI Никулинские чтения, - Омск, - 2012 – С 138-147.
- [6-А]. Лукина Т.С. Инвестиционная привлекательность районов Омской области. [Текст] / Т. С. Лукина // Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества \Сборник научных статей VII Никулинские чтения, - Омск, - 2013 – С 23- 27.
- [7-А]. Лукина Т.С. Кадастровая оценка как механизм увеличения налогового потенциала территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Вестник Омского регионального института. – 2013 -№1. С 70-77. ISSN: 2305-6827.
- [8-А]. Лукина Т.С. Анализ эффективности деятельности муниципального образования сельского поселения. [Текст] / Т. С. Лукина // Сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции «Наука и общество: проблемы современных исследований», - Омск, - 2013 - С 142-146.
- [9-А]. Lukina T.S. Model for assessing the effectiveness of rural authorities for a given financial security of the rural budget [Text] / T.S. Lukina, O.Yu. Patlasov // Published in: SAHD 2021 - 5th International Scientific and Practical Conference 2021 “Modern Science: Problems and Development Prospects (Social and Humanitarian Directions)”. 2021, P. 22-23. ISSN: 2261-2424.
- [10-А]. Лукина Т.С. Разработка бренда сельских территорий как ресурс муниципального образования / Т. С. Лукина и др. // (Коллективная монография) Финансовые аспекты предпринимательства в новой экономике НОУ ВПО «Омская Гуманитарная Академия», - Омск, - 2013 –С 167-183 (0.9 п.л. автор).
- [11-А]. Лукина Т.С. Развитие рекреационных зон сельских территорий. Современная наука и образование: проблемы и перспективы [Текст] / Т. С. Лукина // Сборник научно-практической конференции докторантов PhD, магистрантов и молодых ученых - Семей - 2013 – С 35-38.
- [12-А]. Лукина Т.С. Событийный маркетинг – как эффективный инструмент продвижения территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества \Сборник научных статей VIII Никулинские чтения, - Омск, - 2014 – С 20-24.
- [13-А]. Лукина Т.С. Маркетинговое управление развитием сельских территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // IX Никулинские чтения, - Омск, - 2015 - С 90-98.
- [14-А]. Лукина Т.С. Междисциплинарный подход к маркетинговому управлению развитием сельских территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции «Наука и общество: проблемы современных исследований», - Омск, - 2015 - С 57-63.
- [15-А]. Лукина Т.С. Геобрендинг сельских территорий как фактор социальной сплоченности. [Текст] / Т. С. Лукина // X Никулинские чтения: Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества: Сб. науч. статей / Под ред. д.филол.н., проф. А.Э. Еремеева – Омск: Изд-во НОУ ВПО «Омская гуманитарная академия», 2016. – Стр.83-87 (0.31 п.л.)

- [16-А].** Лукина Т.С. Направления, стратегия, инструменты территориального маркетинга. [Текст] / Т. С. Лукина // «Наука и общество: проблемы современных исследований»: Сб. науч. статей / Под ред. д.филол.н., проф. А.Э. Еремеева – Омск: Изд-во НОУ ВПО «Омская гуманитарная академия», 2016- С 57-65.
- [17-А].** Лукина Т.С. Модель оценки эффективности деятельности сельского муниципалитета. «Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики»: [Текст] / Т. С. Лукина // Сб. науч. статей XIV Международной научно-практической конференции молодых ученых// Под ред. д.экон.наук Ю.Г. Лаврикова – Екатеринбург: Изд-во Институт экономики УрО РАН, 2016– С 222-225.
- [18-А].** Лукина Т.С. Взаимосвязь эффективности деятельности сельских органов управления и миграционных процессов. [Текст] / Т. С. Лукина // XIII Международная научно- практическая конференция «Наука и общество: Проблемы современных исследований»: Сб. науч. статей // Под ред. д. филолог. наук А.Э.Еремеева – Омск: Изд – во ОмГА, 2019 – С 126-132
- [19-А].** Лукина Т.С. Сельские муниципальные образования Омской области. Проблемы и перспективы. [Текст] / Т. С. Лукина // III Международная научно-практическая конференция «Современная наука: проблемы и перспективы развития» »: Сб. науч. статей // Под ред. д. филолог. наук А.Э.Еремеева – Омск: Изд – во ОмГА, 2019 – С 81-86 (0.25 п.л.)
- [20-А].** Лукина Т.С. Цифровая трансформация сельских территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // IV Международная научно-практическая конференция «Современная наука: проблемы и перспективы развития». Сб. науч. статей // Под ред. д. филолог. наук А.Э.Еремеева – Омск: Изд – во ОмГА, 2020 - С 147-151.

МУАССИСАИ ХУСУСИИ ТАШКИЛОТИ ТАЪЛИМИИ ТАҲСИЛОТИ ОЛИИ
“АКАДЕМИЯИ ГУМАНИТАРИИ ОМСК”

ВБД:332.122

Бо ҳукуки дастнавис



Лукина Татьяна Сергеевна

ПАРАДИГМАИ НАВИ РУШДИ ҲУДУДҲОИ ДЕҲОТ
(Дар мисоли вилояти Омск)

АВТОРЕФЕРАТИ

диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илмӣ
номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси
08.00.03-Иқтисодиёти минтақавӣ ва ҳудудӣ

Душанбе – 2023

Диссертатсия дар кафедраи иқтисодиёт ва идоракунии МХТТ То Академияи гуманитарии Омск иҷро гардидааст.

Рохбари илмӣ:

Патласов Олег Юревич - доктори илмҳои иқтисодӣ, профессор, муовини ректори МХТТ То Академияи гуманитарии Омск

Муқарризони расмӣ:

Самандарзода Искандар Хусейн, доктори илмҳои иқтисодӣ, профессор, муовини ректор оид ба муносибатҳои байналмилалӣ Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншох Шохтемур

Сатторов Абдурасул Абдуғаффорович, номзоди илмҳои иқтисодӣ, дотсент, декани факултети иқтисод ва молияи Донишгоҳи технологии Тоҷикистон

Муассисаи пешбар:

Донишгоҳи миллии Тоҷикистон

Ҳимояи диссертатсия «05» майи соли 2023, соати 10⁰⁰ дар ҷаласаи Шурои диссертатсионӣ 6D.KOA-014 назди Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон баргузор мегардад. Суроға: 734067, ш. Душанбе, кӯчаи Нахимов 64/14, E-mail: faridullo72@mail.ru; телефони котиби илмӣ: (+992) 935730010.

Бо диссертатсия ва автореферат дар китобхонаи Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон ва тавассути сомонаи www.tgfeu.tj шинос шудан мумкин аст.

Автореферат рӯзи «___» _____ соли 2023 тавзеъ шудааст.

Котиби илмӣ
шурои диссертатсионӣ,
номзоди илмҳои иқтисодӣ



Убайдуллоев Ф.К.

МУҚАДДИМА

Мубрамии мавзуи таҳқиқот. Тағйироте, ки дар фазои иқтисодии кишвар ба вуқӯ мепаивандад, модернизатсия ва диверсификатсияи сохтори онро тавсиф мекунад, ба фароҳам овардани сифати нави зиндагии аҳоли нигаронида шудаанд. Ин равандҳо ташаккули муносибатҳои идоракуниро ба системаҳои иҷтимоӣ-иқтисодӣ ва институтсионалӣ дар ташкилотҳои фазои муайян мекунад.

Вайрон кардани парадигмаи кӯҳнаи рушди ҳудудҳои деҳот, тағйир додани равишҳои қонунгузорӣ ба идоракунии муассисаҳои худидоракунии деҳот, ки дар даҳсолаҳои охир ташаккул ёфтаанд, ба мо ҳулоса намудан имкон медиҳад, ки равишҳои ҳозираи идоракунии ҳудудҳои деҳот мушкилоти ҷамъшударо ҳал карда наметавонанд: шумораи мавзёҳои аҳолинишини деҳот бештар аз бист ҳазор кам шуда, бинобар сабаби равандҳои муҳочиратӣ, шумораи аҳоли қариб ду миллион нафар кам шуд.

Сарфи назар аз тағйироту иловаҳои сершумор ба Қонуни федералӣ - 131, ки ҷаъолияти идоракуниро дар ҳудудҳои деҳот танзим мекунад, ба тамоюлҳои мусбат ноил шудан имкон нашуд. Ва дар соли 2018 қонунгузориҳои федералӣ қарор оиди барҳам додани воҳидҳои ҳудудии маъмурии – мавзёҳои аҳолинишини деҳот тавассути ҳамҷояшавӣ ва ҳамроҳшавӣ ба ноҳияи ягонаи худидоракунандаро қабул кард. Давраи гузариш то соли 2028 эълон шудааст ва акнун дар мавриди идоракунии ҳудудҳои маҳаллӣ муҳокимаи васеъ лозим аст, ҷустуҷӯи парадигмаи нави рушди ҳудудҳои деҳот замонавӣ мешавад.

Барои рафъи бӯҳрон ва такони нав бахшидан ба рушди ҳудудҳои деҳот зарур аст, ки муносибатҳо ба идоракунии ҳудудҳои деҳот таҷдиди назар карда шаванд, маҷмӯи тадбирҳои сиёсати давлатӣ, ки муносибати маркетингиро пешбинӣ мекунад, таҳия карда шаванд. Баҳси илмӣ дар бораи истифодаи равиши маркетинг дар раванди навсозии системаи идоракунии деҳот ба тағйирёбии самти рафтори аҳоли, демократикунонӣ ва рушди ҷомеаи шаҳрвандӣ, татбиқи нақшаҳои тиҷоратӣ ва ғайритиҷоратӣ вобаста аст, вақте ки ноил шудан ба ҳадафҳои фард бо имкониятҳои як қаламрави мушаххас алоқаманд аст. Истифодаи равишҳои маркетингӣ дар идоракунии ҳудудҳо дар давраи омӯзишӣ пароканда буд, ки ба мо имконияти баҳодиҳии дараҷаи самаранокии истифодаи арсенали васеи воситаҳои маркетингро дар амалияи менеҷмент намедиханд. Ин равиш имкон медиҳад, ки тамаркуз аз анъанаи амиқ реша давондаи русҳо, яъне ба нақши омили инсонӣ эътибор надодан ва иштибоҳи стратегии имрӯзаи бунёди муносибатҳои «қудрату фард» ҳангоми аз ҳад зиёд баҳо додан ба нақши сармоя ва қадр накардани инсон ҳамчун вектори асосии рушд ба муайян ва қонеъ гардонидани талаботи гурӯҳи мақсаднок, яъне аҳолии деҳот гузаронида шавад. Таъхир дар ин масъала эҳтимолан ба қафомонии боз ҳам бештар ва оқибатҳои пешгӯинашаванда оварда мерасонад, дар шароите, ки суръати пешрафти илмӣ борҳо суръат гирифтааст, бояд ба иқтисодиёти дониш така кард.

Истифодаи васеи шабакаҳои интернетӣ барои роҳандозии алоқа, сари вақт муайян кардани масъалаҳои мушкили сокинон ва воқуниши муносиби сохторҳои идоракунӣ барои ба эътидол овардани вазъи иҷтимоию иқтисодии

худудҳои маҳаллӣ таъсири мусбат мерасонад. Мавзуи таҳқиқоти рисолаи илмӣ, ки дар асоси гуфтаҳои боло асос ёфтааст, мубрам мебошад.

Дарачаи таҳқиқи мавзуи илмӣ. Дар бораи он, ки сабаби бӯрон, ки дар худудҳо деҳоти мамлакати мо ба амал омадааст, назар ба он ки дар назари аввал ба назар мерасад, хеле амиқтар аст, бисёр олимони муътабар — академикҳои АИР ҳамфикранд Бесплохотний Г.В., Буздалов И.Н., Костяев А.И., Милосердов В.В., Паптсов А.Г., Петриков А.В., Ушачев И.Г. ва ғайра. Дар нашрияҳои худ дар тафсирҳои гуногун онҳо аҳамияти баҳисобгирӣ дар сиёсати иҷтимоӣ-иқтисодӣ нақши пешбарандаи омили инсонӣ дар рушди минтақаҳои маҳаллӣ қайд мекунанд.

Олимони маъруф дар соҳаи рушди деҳот мисли Адуков Р. Х., Адукова А. Н., Меренков И. Н., Лемешев М. Я., Қаламфури В. Н., Третьяков А. П. қайд кардаанд, ки қисми зиёди аҳолии деҳот воқеан наметавонанд дар идоракунии иқтисодиёт ва худудҳо ширкат варзанд ва аз ин сабаб иқтидори бузурги миллат амалӣ нагардидааст.

Асоснокии истифодаи равишҳои маркетингӣ дар асарҳои Алберт М., Бейкер М., Голубков Е., Котлер Ф., Ламбен Ж. Ж., Мескон М., Морис Р., Орлова Т., Свенсон Г., Хедоури Ф. дида мешавад.

Натиҷаҳои амалҳои самти маркетинг дар минтақаҳои Россия, равишҳои эҷодӣ дар ҳамкорӣ бо ҷомеаҳо дар асарҳои Андреева Л., Багиева Г., Борисова В., Кетова Н., Костоглотова Д., Нагапетян Н., Ованесян Н. М., Островская В. Н., Пономарева А. М., Тамбиева А. Х., Толмачева А. В., Бляева И. ва ғайраҳо пайдо кардан мумкин аст.

Ҷанбаҳои методологӣ, назарияи маркетинги худудӣ, интихоби воситаҳо ва самтҳои таъсири маркетинг ба воҳидҳои гуногуни фазоӣ дар асарҳои Абрамова Г. П., Балдерян И., Блейхер К., Галямов Р., Меер Ж., Морозова Г., Сачук Т., Семенова И., Функе В., Шеховтсева Л., ва ғайра ба амал оварда шудаанд.

Асарҳои Завалишин А., Наумова В., Нифонт В., Овсянникова А., Петтай И., Радченко В. П., Римашевская Н., Рязантсев И., Сачук Т., ва ғайра, ба тавсияҳо оид ба таҳияи воситаҳои маркетингии самти стратегӣ ва тактикӣ барои татбиқи ташкилотҳои тиҷоратӣ ва ҷамъиятӣ, аз ҷумла мақомоти худудии идоракунии дар минтақаҳои деҳот бахшида шудаанд.

Ба ақидаи В. П. Радченко: "...таҳия ва татбиқи равишҳои маркетингӣ дар идоракунии деҳот дар айни ҳол дар марҳилаи таҳияи вазифаҳои таҳқиқот ва омӯзиши методологӣ қарор дорад. Равишҳои маркетингӣ дар идоракунии минтақаҳои деҳот, ки дар қорҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ омӯхта шудаанд, нисбат ба қаламравҳои мушаххас таҳлил карда шудаанд, ки имкониятҳои истифодаи амалии тавсияҳои пешниҳодшударо дар амалии идоракунии дигар худудҳои деҳот маҳдуд мекунанд."

Робитаи таҳқиқот бо барномаҳо ва мавзӯҳои илмӣ. Муҳокимаи васеи илмӣ, ки пешниҳодхоро оид ба баровардани воҳидҳои хурди фазоӣ аз бӯхрони тӯлонӣ ҷорӣ менамояд, бо барномаҳои дар сатҳи давлатӣ қабулшуда оид ба рушди деҳот зич алоқаманд аст. Аммо, сарфи назар аз барномаҳои давлатии аз соли 2003 амалкунанда, ки ҳадафи беҳтар намудани вазъи иҷтимоӣ-иқтисодии

минтақаҳои деҳоти Федератсияи Россияро доранд, то ба имрӯз самарайи банақшагирифташуда ба даст наомадааст.

ТАВСИФИ УМУМИИ ТАҲҚИҚОТ

Мақсади таҳқиқот. Таҳияи равиши нав дар идоракунии ҳудудҳои деҳот, асосноккунии истифодаи равиши маркетингӣ дар фаъолияти идоракунӣ ҳамчун равиши инноватсионӣ, ки ба талаботи ҷомеаи муосир мувофиқат мекунад.

Вазифаҳои таҳқиқот. Барои ноил шудан ба ин мақсад муаллиф вазифаҳои зеринро пешниҳод ва ҳал кардааст:

- ҷамъбаст кардани мундариҷаи равишҳои гуногун дар идоракунии ҳудудҳои деҳот;
- муайян кардани вазъияти ҳозираи фаъолияти идоракунӣ дар ҳудудҳои деҳоти вилояти Омск;
- баҳо додани самаранокии иқтисодӣ ва иҷтимоии идоракунии деҳот;
- асоснок кардани истифодаи усули маркетинг дар идоракунии ҳудудҳои деҳот;
- коркард кардани механизмҳои ҷорӣ намудани усули маркетинг дар идоракунии ҳудудҳои деҳот;
- таҳияи намудани тамсилаи баҳодиҳии самаранокии фаъолияти сохторҳои маъмурии маҳалҳои аҳолинишин

Объекти таҳқиқот ин ҳудудҳои деҳоти ноҳияҳои худидоракунандаи вилояти Омск буда, дар мисоли ноҳияи Омск таҳқиқоти амиқ гузаронида шуданд.

Мавзӯи таҳқиқот ин фаъолияти идоракунии системаҳои иқтисодӣ, иҷтимоӣ, экологӣ ва институтсионалии маҳалҳои аҳолинишини ҳудудҳои деҳот мебошад.

Фарзияи таҳқиқот. Истифодаи усулҳои маркетинг дар идоракунии деҳот ба рушди ҳудудҳои деҳот такони нав мебахшад.

Асосҳои назариявии таҳқиқот. Асосҳои назариявии қори илмиро асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ, санадҳои меъёрию ҳукукии мақомоти давлатии Федератсияи Россия, вилояти Омск, қарорҳои мақомоти намояндагии худидоракунии маҳаллии ташкилотҳои худидоракунанда, маълумоти омории ҳадамотҳои федералӣ ва ҳудудӣ, омори давлатӣ, маводҳои конфронсҳо ва семинарҳои илмӣ, инчунин натиҷаҳои тадқиқоти худӣ муаллиф ташкил намудаанд.

Асосҳои методологии таҳқиқот. Дар раванди тадқиқот вобаста ба вазифаҳои ҳалшаванда усули эволюсионӣ, таҳлили мантиқӣ ва вазъиятӣ, таҳқиқи монографӣ, системавӣ сохторӣ, иқтисодӣ-оморӣ, муҳити маркетингӣ ва дигар усулҳои таҳқиқи иқтисодӣ истифода шудаанд.

Сарчашмаи маълумот. Ҳамчун манбаи иттилоот, маълумот аз омори федералии давлатӣ, Вазорати молияи Федератсияи Россия, мақомоти ҳудудии Ҳадамоти федералии давлатии омор оид ба вилояти Омск, ҳисоботи солона ва шиносномаҳои ноҳияҳои худидоракунандаи вилояти Омск, маводҳо аз маҷлисҳои мақомотҳои намояндагии ташкилотҳои худидоракунандаи ноҳияҳо

ва шаҳракҳои деҳот, маводҳои нашрияҳои даврӣ, захираҳои электронии иттилоотӣ ва таҳқиқоти ҳуди муаллиф истифода шудаанд.

Пойгоҳи таҳқиқот. Кори диссертатсионӣ дар кафедраи иқтисод ва идоракунии Академияи гуманитарии Омск анҷом дода шудааст.

Навгони илмӣ таҳқиқот дар асоснокии истифодаи равишҳои маркетингӣ дар идоракунии ҳудудҳои деҳот ҳамчун воситаи муассири қонё гардонидани талаботи аҳолии деҳот, рафъи тамоюлҳои бӯхронӣ ва гузариш ба вектори рушди ҳудудҳои деҳот ифода ёфтааст. Тағйир додани шаклҳои маъмулии идоракунии ҳудудҳои деҳот ҳамчун парадигмаи нав пешниҳод карда мешавад, ки моҳияти он дар интиқоли воситаҳои идоракунӣ ба сомонаҳои интернетӣ, сомонаҳои ҳудудҳои маҳаллӣ ифода ёфтааст, ки дар ин ҷо таъсири асосӣ фосилаи вақт барои ҳалли масъалаҳои тактикӣ ва минтақавӣ сарфшуда ва овардани пайгирии мӯҳлатҳои татбиқи лоиҳаҳои ба нақша гирифташуда ба ҳисоб мешаванд.

Унсурҳои асосии саҳми илмӣ натиҷаҳои зерини методологӣ, назариявӣ ва амалӣ мебошанд:

- хусусиятҳои моддии категорияи самарабахшии иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва институтсионалии идораҳои маъмурии ҳудудҳои деҳот аниқ ва пурра карда шуданд;

- дар асоси мониторинги шароити деҳот типификатсияи маҳалҳои аҳолинишини деҳот аз рӯйи сатҳи устувории иҷтимоию иқтисодии сохторҳои аҳолинишини деҳот пешниҳод карда шудаанд;

- пешниҳод оид ба барҳам додани нуқтаҳои аҳолинишини деҳот ҳамчун воҳидҳои ҳудудии маъмурии деҳот бо роҳи ба округи ягонаи худидоракунанда мубаддал гардидани онҳо асоснок карда шудааст;

- ҷорӣ намудани стратегияи усули маркетингӣ дар идоракунии ҳудудҳои деҳот, ҳамчун механизми истифодаи нерӯи ҳудудӣ барои рафъи тамоюлҳои бӯхронӣ ва гузаштан ба рушди ҳудудҳои деҳоти маҳаллӣ асоснок шудааст;

- усулҳо ва шаклҳои ташкили каналҳои иттилоотии муассири сохторҳои маъмурӣ бо ҷомеаи деҳот ҳамчун шакли муайян кардани ниёзҳои аҳолии деҳот таҳия карда шудаанд;

- тамсилаи арзёбии самаранокии идоракунии деҳот пешниҳод карда шуда, натиҷаҳои баҳодихӣ метавонанд дар амал барои муайян кардани ҷиҳатҳои қавӣ ва заъфи таъсири идоракунӣ истифода шаванд;

Нуқтаҳои ҷимояшавандаи диссертатсия. Дар диссертатсия муҳимтарин натиҷаҳои зерини илмие, ки муаллиф ба даст овардааст, дифоъ карда мешавад:

- равишҳои анъанавӣ дар идоракунии ҳудудҳои деҳот, аҳамият, самаранокӣ ва қобилияти қонё гардонидани талаботи ҷомеаи деҳот дар замони ҳозира вайрон шудаанд;

- арзёбии самаранокии иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва институтсионалии фаъолияти ҳукуматҳои деҳот ҳамчун баҳои мувофиқи аҳамияти институти идоракунии деҳот гузаронида шудааст;

- коркарди намудҳои маҳалҳои аҳолинишини деҳот аз рӯйи дараҷаи устувории иҷтимоию иқтисодӣ бо мақсади банақшагирии стратегӣ барои ба

этидол овардан ва баланд бардоштани иқтидори рушди ҳудудҳои маҳаллӣ ба амал оварда шудааст;

- зарурати гузаштан аз худидоракунии дусатҳии мунитсипалии (ноҳия — шаҳрак), ба як зинаи идоракунӣ (ноҳияи шаҳр);

- роҳҳо ва шаклҳои рушди каналҳои иттилоотии муассири сохторҳои маъмурӣ бо ҷамоати деҳот, ҳамчун шакли муайян кардани ниёзҳои аҳолии деҳот, сари вақт воқуниш ба дархостҳои сокинон ва овардан/пайгирии мӯҳлатҳои татбиқи лоиҳаҳои ба нақша гирифташуда;

- ҷорӣ намудани усулҳои маркетингӣ дар идоракунии ҳудудҳои деҳот бо истифодаи васеи захираҳои интернетӣ; парадигмаи нави рушди ҳудудҳои деҳот - тағйир додани шаклҳои анъанавии идоракунӣ ва интиқоли воситаҳои идоракунӣ ба шабакаи интернет, сомонаҳои ҳудудҳои маҳаллӣ.

Аҳамияти назариявӣ ва амалии кори диссертатсионӣ асосноккунии истифодаи усули маркетинг дар идоракунии деҳот ифода шудааст, ки истифодаи он манфиатҳои мухталифи мақомот ва ҷомеаи деҳотро бартараф намуда, шароити мусоиди иҷтимоию иқтисодӣ ва институтсионалии рушди ҳудудҳои деҳотро таъмин менамояд.

Аҳамияти амалии кор дар он ифода ёфтааст, ки нуқтаҳои асосиро мақомоти идоракунии ташкилотҳои худидоракунандаи ҳудудҳои деҳот барои ҳалли масъалаҳои тақмили фаъолияти идоракунӣ ва мақомоти вилоятҳо ҳангоми тартиб додани тадбирҳо оид ба татбиқи лоиҳаҳои ободонии деҳот метавонанд истифода намоянд.

Маводҳои таҳқиқоти диссертатсионро дар факултетҳои иқтисодии донишгоҳҳо, ҳангоми таълими фанҳои «Иқтисодиёт, соҳаҳои маҷмӯи агросаноатӣ», «Иқтисоди минтақавӣ», «Идораи давлатӣ ва коммуналӣ», «Маркетинг», «Менеджмент» ва дар таҳқиқоти минбаъдаи илмию амалӣ оид ба тақмил додани механизми идоракунии деҳот истифода бурдан имконпазир аст.

Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқ бо истифода аз принципҳои умумии илмӣ умумгардонии илмӣ, муайян намудани омилҳои таъсиргуздор ба иҷрои вазифаи илмӣ, истифодаи равишҳои методологӣ, омӯзиши нишондиҳандаҳои умумӣ ва махсус, меёрҳо таъмин карда мешавад.

Мутобиқати рисола ба шиносномаи ихтисоси илмӣ. Кори диссертатсионӣ ба нуқтаҳои зерини шиносномаи ихтисоси 08.00.03 — Иқтисодиёти минтақавӣ ва ҳудудӣ мувофиқ аст: 1.1 Ташаккули назарияи иқтисоди фазоӣ ва минтақавӣ: усулҳо ва воситаҳои таҳқиқоти иқтисодӣ фазои: масъалаҳои ҷенкунии иқтисодии минтақавӣ; эконометрикаи фазои; ташхиси системавии мушкilot ва вазъиятҳои минтақавӣ; 1.14 Идоракунии иқтисоди минтақавӣ. Шаклҳо ва механизмҳои ҳамкории мақомоти ҷумҳуриявӣ ва маҳаллӣ, сохторҳои соҳибкорӣ ва сохторҳои ҷомеаи шаҳрвандӣ. Функсияҳо ва механизмҳои назорат. Асосноккунии методӣ ва тартиб додани нақшаҳои ташкилӣ ва механизмҳои идоракунии иқтисодиёти вилоят; арзёбии самаранокии онҳо; с.1.18 Ташкил ва арзёбии самаранокии фаъолияти мақомоти иҷроияи ҳокимияти давлатӣ дар минтақаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон ва ноҳияҳои

маъмурӣ; дар системаи идораи давлатӣ ва назорат татбиқ намудани чунин баҳоҳо.

Саҳми шахсии довталаби дараҷаи илмӣ дар таҳқиқот. Ҳама марҳилаҳои таҳқиқоти рисола, аз ҷумла таҳияи мавзӯи рисола, асосноккунии аҳамияти он, гузоштани ҳадаф ва вазифаҳоро ҳуди довталаб анҷом додааст. Муаллиф дар таҳияи парадигмаи нави рушди ҳудудҳои деҳот ва мукамалгардонии асосҳои назариявии ташаккул ва татбиқи минбаъдаи усулҳои маркетинг дар идоракунии ҳудудҳои деҳот, ки рушди ояндаи ҳудудҳои деҳотро муайян мекунанд, саҳми арзанда гузоштааст.

Тасвиб ва амалисозии натиҷаҳои диссертатсия. Муқаррарот ва хулосаҳои асосии тадқиқоти диссертатсионӣ дар Конфронси VII, VIII, X ва XIII байналмилалӣ илмӣ-амалии «Илм ва ҷомеа: проблемаҳои тадқиқоти муосир», Омск 2013-2019, Конфронси байналмилалӣ илмӣ амалии номзадҳои илмӣ, докторантҳо, магистрантҳо ва олимони ҷавон «Илм ва маорифи муосир: мушкилитҳо ва дурнамо» Семей 2013, дар Конфронси XIV байналмилалӣ илмӣ амалии олимони ҷавон, Екатеринбург 2017, конфронсҳои илмӣ амалии минтақавӣ гузориш ва муҳокима шудаанд. Пешниҳодҳои муаллиф оид ба татбиқи усулҳои маркетинг дар идоракунии ҳудудҳои деҳот ва наздишаҳрӣ дар маъракаи интиҳоботӣ оид ба интиҳоботи вакилони шаҳрдорӣ ва раисони ноҳияҳои худидоракунандаи ноҳияи Омски вилояти Омск (2010-2020) истифода шуданд.

Интишорот аз рӯйи мавзӯи диссертатсия. Доир ба мавзӯи рисола унвонҷӯ 20 мақола ҷоп кардааст, ки аз он 4 мақола дар маҷаллаҳои тақризӣ аз ҷониби Комиссияи олии аттестатсионӣ назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва Федератсияи Россия тавсияшуда ҷоп шудаанд.

Сохтор ва ҳаҷми диссертатсия. Рисола аз муқаддима, даҳ параграф, се боб, хулоса, рӯйхати адабиётҳо иборат аз 175 номгӯ ташкил ёфта дар 188 саҳифаи матни компютерӣ омода шуда, 6 расм, 35 ҷадвал, 8 диаграмма дарбар дорад

ҚИСМИ АСОСИИ ТАҲҚИҚОТ

Дар муқаддимаи таҳқиқоти илмӣ аҳамияти масоили таҳқиқотӣ ва дараҷаи таҳияи он асоснок карда шуда, объект ва предмети тадқиқот, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, асосҳои назариявӣ ва методологӣ, заминаи иттилоотӣ-таҷрибавӣ ва меъёрӣ, асбоби методӣ, навгонии илмӣ, аҳамияти назариявӣ ва амалӣ, санҷиши натиҷаҳо ва сохтори қисмҳои пешниҳод карда шудаанд.

Дар боби якум «Ҷанбаҳои назариявӣ ва методологии рушди минтақаҳои деҳот» равишҳои идоракунии деҳот баррасӣ ва таҳлил карда шудаанд.

Таърихан муайян шудааст, ки омилҳои муайянкунандаи иқтисодии ҳаёти ҳудудҳои деҳот мавҷудияти қорхонаи кишоварзӣ мебошад. Ин қорхонаҳо дар давраи пеш аз ислоҳот омилҳои муайянкунандаи шаҳрсозӣ дар маҳалли аҳолинишин ва ташаккули воҳидҳои ҳудудӣ буданд. Пеш аз иваз шудани сохтори давлатӣ қорхонаҳои кишоварзӣ (колхозҳо, совхозҳо) тамоми вазифаҳои иҷтимоиро дар ҳудудҳо иҷро намуда, аҳолиро бо ҷойҳои қорӣ, манзил ва дигар

сохторҳои иҷтимоию фарҳангӣ таъмин намуда, талаботи ҷомеаи ҳудудиро бо парадигмаи рушди ҳудудҳои деҳот мувофиқан қонун мегардонданд.

Ҷадвали 1. - Вазифаҳои ҳудудҳои деҳот

ИҚТИСОДИ-ИСТЕҲСОЛӢ	ИҶТИМОӢ-ФАРҲАНГӢ	ЭКОЛОГӢ-ТАБИӢ
* маҳсулоти соҳаҳои кишоварзӣ, хочагии ҷангал, об, саноат, сайёҳӣ ва ғайра Фазой-коммуникатсионӣ* заминаи фазой барои ҷойгиркунии истеҳсолот	* мероси фарҳангӣ ва маънавӣ * ҳалқиятҳо * аҳолии таҳаммулпазири деҳот	Фароғатӣ * истироҳат * сайёҳӣ
Захираҳо	Демографӣ	Ҳифзи табиат
* таъмини захираҳои табиӣ барқарорнашаванда ва барқароршаванда	* таҷдиди аҳоли; * захираҳои меҳнатӣ Назорати ҳудудӣ * азхудкунии ҳудудҳо * амнияти ҳудудҳо	* Дастгирии мувозинати экологӣ, ҳифзи манзараҳои табиӣ

Сарчашма: таҳияи муаллиф

Дар таҳқиқоти диссертатсионӣ моҳияти истифодаи ин равиш ва самаранокии он дар қаламрави вилояти Омск ошкор карда шуд.

Солҳои навадуми гузариш ҳатогиро дар ин равиш нишон доданд, ки дар вобастагии қавӣ аз маблағгузори давлат ва қарорҳои сиёсӣ ифода ёфтааст. Парадигмаи одатӣ тағйир ёфт.

Барои рушди иҷтимоӣ-иқтисодии Федератсияи Россия, вазъияти ҳудудҳои деҳот, ки вазифаҳои муҳими иҷрошавандаро муайян мекунад, нақши муҳимро мебозад. Ҳудудҳои деҳот вазифаҳои зиёдеро иҷро мекунад, муҳаққиқон дар айни замон панҷ вазифаи асосиро муайян мекунад:

- Истеҳсолот-таъмини ҷомеа бо маҳсулоти кишоварзӣ, маҳсулоти ҷангал, шикор ва моҳидорӣ ва дигар маҳсулоти ғайри кишоварзӣ;
- Иҷтимоию демографӣ-таҷдиди иқтисодии демографӣ ва меҳнатии давлат;
- Фарҳангӣ-ҳифзи анъанаҳо, санъат ва ҳунароҳои мардумии Федератсияи Россия;
- Ҳифзи табиат – нигоҳ доштани тавозуни экологӣ, ҳифзи манзараҳои табиӣ, нигоҳдории боғҳои миллий ва мамнӯъгоҳҳо;
- Фароғатӣ - таъмини саломатӣ ва истироҳати аҳоли.

Иҷрои вазифаҳои муайян бо ҷойгиршавии ҷуғрофии қаламрави ҳудудҳои деҳот, захираҳо ва имкониятҳои буҷет муайян карда мешавад. Ҳудудҳои деҳот на танҳо мафҳуми аграрӣ, балки мафҳуми умумие мебошанд, ки дар он аҳоли дар деҳот кор мекунад, аммо на танҳо дар соҳаи кишоварзӣ.

Бӯҳрони истеҳсолоти кишоварзӣ боиси таназзули деҳот ва бесамарии ҷомеаи деҳот гардид. Чӣ барои эҷоди равиши эндогенӣ ба рушди деҳот асос ёфтааст, ки калиди рушди устувори сармояи инсонӣ, мероси фарҳангӣ ва табиӣ қаламрав мебошад. Тағйирёбии парадигмаи рушди ҳудудҳои деҳот чӣ мубрам мекунад.

Усули ҳудудии пешниҳоднамудаи ҷомеаи илмӣ оид ба рушди минтақаҳои ҳудудҳои деҳот дар "Стратегияи рушди устувори ҳудудҳои деҳоти Федератсияи

Россия барои давраи то соли 2030" аз 02.02.2015 №151-р инъикоси худро ёфтааст.

Тавре ки таҷриба нишон медиҳад, тадбирҳои Андешидаи Ҳукумат ва натиҷаҳои бадастомада барои ҳалли масъалаҳои баланд бардоштани сифат ва сатҳи зиндагии аҳолии деҳот, ҳифзи иқтисодии иҷтимоӣ ва иқтисодии минтақаҳои ҳудудҳои деҳот ва иҷрои вазифаҳои умумимиллӣ: истеҳсолӣ, демографӣ, меҳнатӣ, фазой-коммуникатсионӣ, ҳифзи пояҳои таърихӣ фарҳангии ҳувиёти халқҳои кишвар, нигоҳ доштани назорати иҷтимоӣ ва ҳифзи манзараҳои таърихан азхудшудаи минтақаҳои деҳот нокифоя мебошанд.

Олимони рус маркетинги ҳудудҳои деҳотро ҳамчун механизми тақмили идоракунии ҳудудӣ ва ҳамчун воситаи рушди устувори деҳот мешуморанд, ки метавонад парадигмаи нави рушди қаламрави ҳудудҳои деҳот бошад.

Таҷрибаи хориҷии рушди ҳудудҳои деҳот баррасӣ шуд. Бо таҳқиқи таҷрибаи хориҷии рушди минтақаҳои деҳот, мо ба ҳулосае омадем, ки таҷрибаи Шветсия дар Россия аз ҳама бештар татбиқшаванд дар робита бо тағйироти қонунгузорӣ ва барҳам додани воҳидҳои маъмурии ибтидоӣ – шаҳракҳои деҳот мебошад. Дар Шветсия банақшагирии се сатҳӣ қайҳо боз вучуд дорад: миллӣ (мо федералӣ дорем), минтақавӣ ва худидоракунӣ. Ҷамоатҳои деҳоти маҳаллӣ бошад лоиҳаҳои худро ба сатҳи худидоракунӣ мебардоранд. Ҳамин тариқ, ташаббусе, ки аз поён мегузарад, аз марҳилаҳои муайян мегузарад - дастгирӣ ва амалӣ карда мешавад. Ба андешаи мо чунин таҷриба барои татбиқ дар ҳудудҳои деҳоти мувофиқтар аст.

Дар боби дуюм "Вазъи кунунии рушди ҳудудҳои деҳоти вилояти Омск" таҳлили вазъи иҷтимоӣ иқтисодии ҳудудҳои деҳоти вилояти Омск, имкониятҳои молиявии мақомоти идоракунии деҳот муайян карда шуда, самаранокии иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва институтсионалии фаъолияти мақомоти идоракунии деҳот арзёбӣ карда шуд.

Муайян карда шуд, ки дар амал дар идоракунии ҳудудҳои деҳот равишҳои маъмулии идоракунӣ ба мушкилоти муосир мувофиқат намеkunанд ва тамоюлҳои руқди бӯхронро пас аз ислоҳот ҳам дар рушди соҳаҳои кишоварзӣ ва ҳам дар рушди ҳудудӣ бартараф карда наметавонанд. Дар воқеияти муосир, сохторҳои идоракунии деҳот на ҳамеша метавонанд дар қаламравҳои ба онҳо супурдашуда, дар доираи ваколатҳои ба онҳо додашуда дастгирии бефосилаи ҳастро ташкил кунанд. Дар натиҷа, мо равандҳои манфии муҳоҷиратро дар деҳот ва инчунин коҳиши шумораи ноҳияҳои худидоракунандаи сатҳи деҳотро мушоҳида мекунем. Аз соли 2010 шумораи аҳолии деҳоти вилояти Омск 42,1 ҳазор коҳиш ёфтааст. Аз 32 ноҳия коҳиши аҳоли дар 27 ба қайд гирифта шудааст, танҳо дар 5 ноҳияи вилоят афзоиши хурди муҳоҷирати аҳоли ба қайд гирифта шудааст.

Коҳиши аҳоли дар деҳоти вилояти Омск, ба истиснои Ноҳияи Азов ва Омск, муайян карда шуд. Дар тӯли ҳашт сол шумораи умумии аҳолии ноҳияҳо 51434 нафар коҳиш ёфт, агар дар соли 2010 дар деҳот 823549 нафар зиндагӣ мекарданд, пас дар соли 2020 772115 нафар буданд. Дар вилояти Омск 32 ноҳияи деҳот ва танҳо дар ду ноҳияи деҳот шумораи аҳоли каме меафзояд, аммо агар мо ҳуруҷи аҳолиро дар 28 ноҳияи дигари деҳот ба назар гирем, вазъ дигар хел ба назар мерасад.

Сабабҳои муҳоҷирати деҳот норасоии ҷойҳои корӣ мебошанд, ки дар натиҷаи диверсификасияи сусти иқтисодии деҳот, набудани дурнамо, сифати пасти зиндагӣ дар деҳот ба вуҷуд омадаанд. Агар дар марказҳои ноҳиявӣ хуруҷи аҳолии камтар назаррас бошад, пас кам шудани шумораи аҳолии деҳот барои ҷамоатҳои хурд аз ҳама муҳим аст. Равандҳои мушоҳидашудаи муҳоҷират, ки нишондиҳандаи равшани вазъи иҷтимоӣ иқтисодӣ мебошанд, бӯҳронҳои кӯҳнаро дар минтақаҳои деҳот ошкор мекунанд, ки баҳси васеъро оид ба тағир додани парадигмаи рушди деҳот ҷорӣ мекунанд.

Ҷадвали 2. - Шумораи аҳолии деҳоти вилояти Омск 2010-2021

Ноҳияҳои худидоракунада	Шумораи дар аввали соли 2010, нафар	Аҳоли, дар аввали соли 2021, нафар	Тағйир. Афзоиши мутлақ	афзоиши аҳоли, коҳиш дар % нисбати 2021
ноҳияи Азовский	22599	25480	2881	11%
ноҳияи Болшереченский	28739	24641	-4098	-14%
ноҳияи Болшеуковский	8243	6970	-1273	-15%
ноҳияи Горкий	20798	19290	-1508	-7%
ноҳияи Знаменский	12520	10996	-1524	-12%
ноҳияи Исилкулский	43737	38350	-5387	-12%
ноҳияи Калачинский	41904	38240	-3664	-8%
ноҳияи Колосовский	12953	10506	-2447	-18%
ноҳияи Кормиловский	24657	24383	-274	-1%
ноҳияи Крутинский	17533	14414	-3119	-17%
ноҳияи Лубинский	37776	37381	-395	-1%
ноҳияи Маряновский	27584	26609	-975	-3%
ноҳияи Москаленский	28967	27665	-1302	-4%
ноҳияи Муромтсевский	23960	20381	-3579	-15%
ноҳияи Називаевский	24280	19516	- 4764	-19%
ноҳияи Нижнеомский	15948	13397	-2551	-16%
ноҳияи Нововаршавский	24557	21756	-2801	-11%
ноҳияи Одесса	17335	17306	-29	-0,2%
ноҳияи Оконешниковский	14969	12834	-2135	-14%
ноҳияи Омск	93425	99227	5802	5%
ноҳияи Павлоградский	20125	18289	-1836	-9%
ноҳияи Полтава	21894	19208	-2686	-12%
ноҳияи Русско-Полянский	19552	17223	-2329	-12%
ноҳияи Саргатский	20105	18289	-1816	-9%
ноҳияи Седелниковский	11023	9699	-1324	-12%
ноҳияи Таврия	36252	34633	-1619	-5%
ноҳияи Тара	46852	43661	-3191	-7%
ноҳияи Тевриз	15632	13605	-2027	-13%
ноҳияи Тюкалинский	26346	22252	-4094	-15%
ноҳияи Уст-Ишим	13674	10639	-3032	-22%
ноҳияи Черлакский	30467	27783	-2684	-9%
ноҳияи Шербакулский	21391	19155	-2236	-10%
ҲАМАГӢ	825797	763778	-62019	-7%

Сарчашма: таҳияи муаллиф

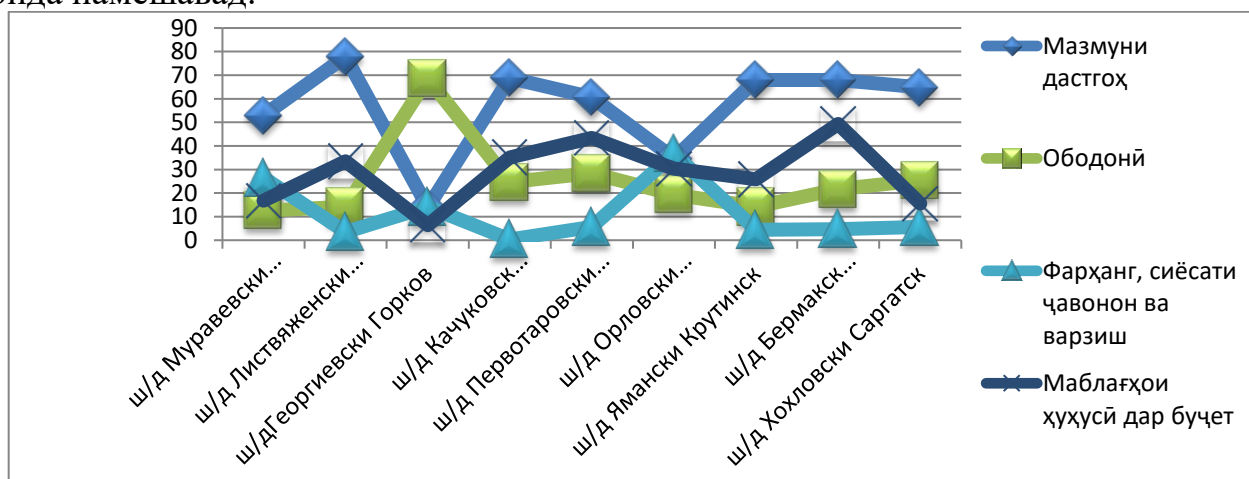
Дар солҳои охир чандин маротиба ба ҚФ -131, Қонуни Федералӣ аз 27.05. 2014 тағйирот ворид карда шуд, ки қисми зиёди ваколатҳоро аз сатҳи маҳалли аҳолинишини деҳот ба ноҳияи худидоракунанда аз нав тақсим карда, як қисми манбаъҳои даромади буҷетро, ки қаблан ба буҷетҳои шаҳракҳои деҳот ворид шуда буданд, ба шаҳрӣ таъмин намуд.

Тибқи иттилои маълумотҳои оморӣ Омск, коҳиши даромади буҷетҳои деҳот дар соли 2015 муайян шудааст. Аз 365 маҳалли аҳолинишини деҳоти вилояти Омск, 334-тоаш барои хароҷоти масъалаҳои умумидавлатӣ маблағҳои буҷети худро надоштанд, аз ин рӯ барои 91,5% ноҳияи худидоракунандаи деҳот барои маблағгузори муштараки хароҷот барои нигоҳдории маъмуриятҳои деҳот маблағҳои сатҳи баландтарини буҷет лозим буданд. Дар чунин шароит, дар бораи рушди қаламрави деҳот сухан рондан душвор аст, агар даромади молиявӣ на ҳамеша барои нигоҳдории ибтидоии таъминоти ҳаёти деҳоти худидоракунанда кофӣ бошад.

Равандҳои муҳочирати таҳқиқшуда дар ҳудудҳои деҳоти вилояти Омск, кам шудани шумораи аҳолии деҳот ва бесамарии умумии буҷети деҳот ба ҳулосае омаданд, ки равишҳои идоракунии дар айни замон татбиқшаванда ба талаботи ҷомеаи деҳот ҷавобгӯ нестанд ва наметавонанд ба эътидол овардани равандҳои иҷтимоию иқтисодии минтақаҳои ҳудудҳои деҳотро таъмин кунанд.

Дар асоси постулат, ки самаранокии иқтисодӣ таносуби натиҷаи аз ҷиҳати иҷтимоӣ муфид ва хароҷот барои фаъолият оид ба ташкили он мебошад, таҳқиқоти мо имконият медиҳад ба ҳулосае омадан, ки фаъолияти мақомоти идоракунии деҳот наметавонад аз ҷиҳати иқтисодӣ самаранок бошад, зеро хароҷот барои ташкили маҳсулоти аз ҷиҳати иҷтимоӣ муфид аз ғоидаи ҷамъиятӣ, ки дар натиҷаи ин фаъолият ба даст омадааст, хеле зиёд аст.

Бо назардошти самтҳои хароҷоти буҷетҳои деҳот, ҳулоса бароварда шуд, ки фаъолияти мақомоти идоракунии деҳот аз ҷиҳати иқтисодӣ самаранок ҳисобида намешавад.

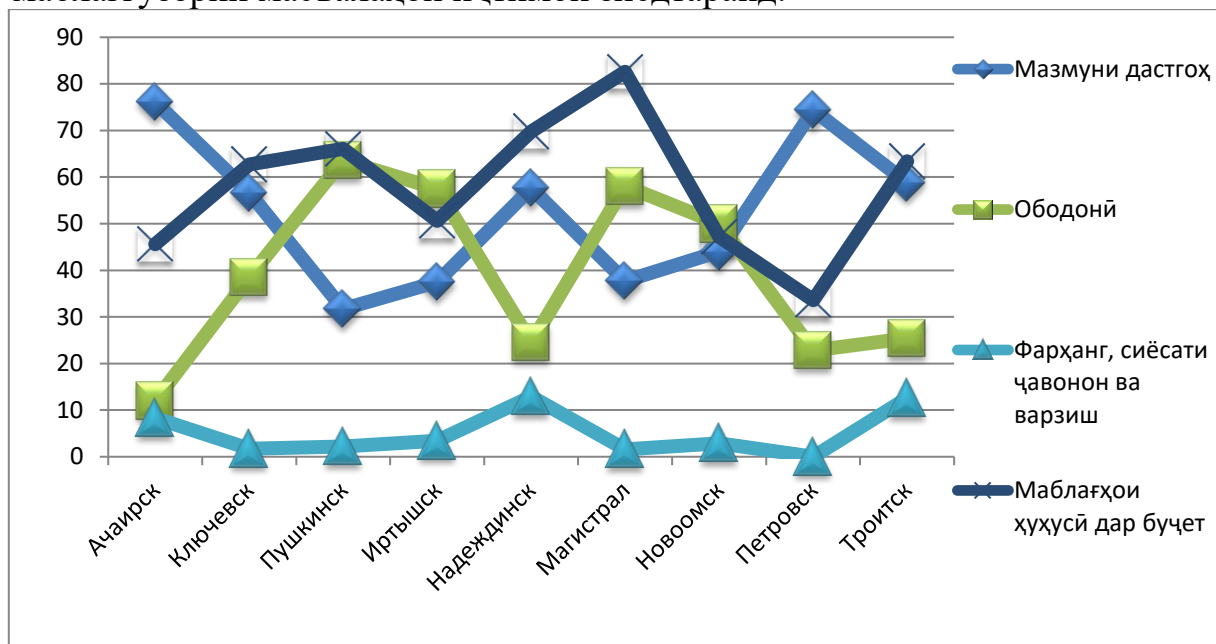


Диаграммаи 1. Хароҷоти буҷетҳои шаҳракҳои деҳоти вилояти Омск дар соли 2014

Сарчашма: таҳияи муаллиф

Дар аксари шаҳракҳои вилояти Омск ҳиссаи даромади худ нисбат ба шаҳракҳои наздишаҳрии маркази вилоят камтар аст. Хароҷоти нигоҳдории

дастгоҳ аз маблағҳои молиявии буҷетҳо якчанд маротиба зиёдтар аст. Ин хароҷот аз маблағгузори масъалаҳои иҷтимоӣ зиёдтаранд.



Диаграммаи 2. Хароҷоти буҷетҳои шаҳраки деҳоти вилояти Омск дар соли 2014

Сарчашма: таҳияи муаллиф

Дар ҳамаҷумла мо ҳиссаи зиёди даромади худиро дар буҷетҳои шаҳраки деҳоти ноҳияи Омск дида метавонем. Дар баробари афзоиши даромади худ, хароҷот барои нигоҳдории сохторҳои маъмурӣ низ меафзояд.

Дар асоси маълумот оид ба самтҳои баррасишудаи хароҷоти буҷети деҳот, фаъолияти мақомоти идоракунии деҳотро аз ҷиҳати иҷтимоӣ самаранок ҳисобидан мумкин нест ва бо назардошти ҳамкориҳои ғайриқаноатбахш бо ҷомеаи деҳот ва нокифоягии каналҳои алоқа ва иттилоотӣ бо аҳолии деҳот, самаранокҳои иҷтимоии мақомоти идоракунии деҳот шубҳанок аст.

Аҳамияти худидоракунии деҳот ҳамчун як ниҳоди идоракунии метавонад ҳамчун тавозуни таъсири иқтисодӣ ва иҷтимоӣ баррасӣ карда шавад. Самаранокҳои институтсионалии сохторҳои идоракунии деҳот наметавонад танҳо ба як самти муносибатҳо асос ёбад, масалан, танҳо ба иқтисодиёт ё танҳо ба иҷтимоӣ, балки танҳо дар ҳамҷоягии муносибатҳои иҷтимоию иқтисодӣ баррасӣ карда шавад. Ҳамин тариқ, дар тӯли солҳои охир институти идоракунии деҳот аҳамияти худро қимат ба ҳисоб меорад.

Таҳқиқоти мо бесамарии маъмурияти дуқабатаи худидоракунӣ муайян карданд, ки дар он такрори ваколатҳо ба амал меояд ва ҳудуди масъулият барои натиҷаҳои фаъолияти идоракунӣ норавшан аст. Бесамарии хароҷоти буҷетӣ барои нигоҳдории сохторҳои маъмурӣ муайян карда шуд, ки бо маҳсулооти аз ҷониби мақомоти идоракунии деҳот тавлидшуда қобили муқоиса нест.

Мо намудҳои маҳалҳои аҳолинишини деҳотро вобаста ба дараҷаи устувории иҷтимоию иқтисодии онҳо, ки шумораи аҳолии истиқоматӣ, миқдор ва сифати иншооти иҷтимоӣ, мавҷудияти корхонаҳои кишоварзӣ ва саноатӣ, шумораи корхонаҳои хурд, дараҷаи мучахҳазгардонии инфрасохтори коммуналӣ

ва рохро ҳамчун шароити муҳити маркетингии қаламрави деҳот пешбинӣ мекунанд, пешниҳод менамоям.

Барои интихоби абзор оид ба татбиқи усулҳои маркетингӣ, ҳангоми қабули қарорҳо оид ба интихоби самтҳои таъсири идоракунии, мо пешниҳод менамоям, ки муҳити макро маркетингӣ, ин масофа байни ноҳияҳо ва маркази вилоятӣ, дигар қаламравҳое, ки ин қаламрав бо онҳо ҳамкорӣ ва ҳамсоягӣ мекунад, ташкилотҳо ва муассисаҳои сарвар, мақомоти болоии ҳокимияти иҷроия, ки вазифаҳои ба зиммаи онҳо гузошташударо дар ин қаламрав ва ғайра иҷро мекунанд, бояд ба назар гирифта шавад.

Вобаста аз намуди устувории иҷтимоию иқтисодии маҳал, эҳтиёҷоти ҷомеаи деҳот ва дигар гурӯҳҳои мақсадноки ҳудудҳои деҳот гуногун хоҳад буд.

Гурӯҳҳои мақсадноки маҳалҳои аҳолинишини дорони дараҷаи миёна ва баланди устуворӣ эҳтиёҷоти гуногун доранд: ободонии ҷойҳои ҷамъиятӣ, баланд бардоштани сифати зерсохтори манзилию хоҷагӣ, тавсеаи доираи хизматрасониҳои маишӣ, талабот ба рушди муҳити фароғатӣ ва фарҳангӣ ва ғайра.

Аҳолии деҳот дар маҳалҳои аҳолинишини деҳоти дилояти Омск барои соли 2019 аз 86 то 13 000 нафарро ташкил медиҳад. Шаҳраки хурдтарини деҳоти ноҳияи Листвяжинская Болшеуковский вилояти Омск дар моҳи январи соли 2011 126 нафар аҳоли ва барои соли 2019 86 нафар аҳоли дошт. Шумораи аҳолии деҳот дар шаҳраки Лузини ноҳияи Омск, дар соли 2011 - 12749 нафар, дар соли 2019 – 13272.

Тибқи маълумоти омори Омск, маблағҳои худӣ дар бучаи шаҳраки деҳоти Листвяжинский дар ноҳияи Омск дар солҳои гуногун ба ҳисоби миёна тақрибан 250 ҳазор рубл, хароҷот барои нигоҳдории мақомоти идоракунии деҳот ба ҳисоби миёна тақрибан 850 ҳазор рублро ташкил медиҳад.

Аз 50 шаҳраки хурди деҳот, ки камтар аз 500 нафар зиндагӣ мекунанд, панҷтояш аҳолии камтар аз 200 нафарро дорад; дар дувоздаҳтояш камтар аз 300 нафар; то 1000 нафар дар ҳайати 108 шаҳраки деҳот; аз 1000 то 1500 нафар дар 80 нафар; аз 1500-2000 нафар дар 53; аз 2000-3000 нафар дар 41 шаҳраки деҳот; зиёда аз 3000 нафар дар 50; марказҳои ноҳиявӣ асосан серодаманд (шаҳракҳои деҳоти вилояти Омск, онҳо зиёда аз 300 ҳазор аҳоли доранд).

Агар мо таркиби ададии маҳалҳои аҳолинишини деҳотро, ки ба шаҳракҳои деҳоти вилояти Омск дохил мешаванд, ба назар гирем, пас шумораи минтақаҳои камаҳолии ҳудудҳои деҳот нисбат ба чадвали 2 хеле зиёд хоҳад буд.

Масалан, деҳоти сершумори наздишаҳрии Вилояти Омск тақрибан 100,000 аҳоли дорад. Дар ноҳия 23 деҳот ва 1 шаҳраки шаҳрӣ буда, ҳамагӣ 94 маҳал мавҷуд аст, ки аз онҳо дар 35 - тояш аҳоли камтар аз 500 нафар мебошад. Дар асоси шумораи аҳоли, нишондиҳандаҳои иҷтимоию иқтисодӣ, ки маҳалҳои аҳолинишини деҳотро тавсиф мекунанд, дараҷаи пасти устувории чунин воҳидҳои ҳудудиро нишон медиҳанд. Сарфи назар аз наздикии ҷуғрофӣ ба маркази минтақавӣ, чунин маҳалҳои аҳолинишин танҳо бо мавҷудияти қисман объектҳои иҷтимоӣ ё набудани пурраи онҳо, набудани корхонаҳои кишоварзӣ ва

саноатӣ, шумораи кам ё тамоман набудани субъектҳои соҳибкории хурд, сатҳи пасти таҷҳизоти хоҷагӣ ва зерсохтори роҳ тавсиф карда мешаванд (ҷадвали 3).

Ҷадвали 3. - Шумораи аҳолии дар деҳоти вилояти Омск истиқоматкунанда барои соли 2021.

Ташаккули худидоракунандаи ноҳиявӣ	Шумораи маҳалҳои аҳолинишин дар ноҳия	Аҳолии маҳалҳои аҳолинишин то 500 нафар	Аҳолии маҳалҳои аҳолинишин то 1000 нафар	Аҳолии маҳалҳои аҳолинишин то 2000 нафар	Шумораи маҳалҳои аҳолинишин бо зиёда аз 2000 нафар
Азов	8			2	6
Болшпереченск	12/1		4	8	1
Большеуковск	9	7		1	1
Горковск	11/1		3	7	2
Знаменск	8		5	2	1
Исилькулск	10/1		3	2	6
Калачинск	12/1		5	4	4
Колосовск	11	4	6		1
Кормиловск	10/1			10	1
Крутинск	9/1	2	4	3	1
Любинск	17/2		7	7	5
Маряновск	9/1		2	4	4
Москаленск	12/1		3	6	4
Муромтсевск	14/1	4	5	4	1
Назиевск	15/1	7	7	1	1
Нижеомск	11		7	3	1
Нововаршавск	9/2		2	6	3
Одесск	9		2	5	2
Оконешниковск	8/1		5	3	1
Омск	23/1			2	22
Павлоградск	9/1		3	6	1
Полтавск	8/1			8	1
Русско-Полянск	10/1		5	5	1
Саргатск	8/1		2	6	1
Седельниковск	10	7	1	1	1
Тавричск	10/1			4	7
Тарск	21/1	10	6	4	2
Тевризск	13/1	6	7		1
Тюкалинск	16/1	2	12	2	1
Уст-Ишимск	13	10	1	1	1
Черлакск	10/1	2		4	5
Щербакульск	9/1		1	7	2
Ҳамагӣ	365 ш/д, 26 ш/а	61	108	131	92

Сарчашма: таҳияи муаллиф

Дар боби сеюми "Самтҳои асосии татбиқи парадигмаи нави ҳудудҳои деҳоти вилояти Омск" дар асоси таҳқиқоти гузаронидашуда мо намудҳои маҳалҳои аҳолинишини деҳотро аз рӯйи сатҳи устувории иҷтимоию иқтисодӣ пешниҳод менамоем.

Маҳалҳои аҳолинишини деҳот бо намудҳои гуногуни устуворӣ истифодаи самтҳои гуногуни таъсироти идоракуниро муайян мекунанд. Аҳамияти рушди каналҳои иттилоотии коммуникатсионӣ барои муайян кардани эҳтиёҷоти ҷомеаи

деҳот бо мақсади ташаккул додани вазифаҳо барои қонё кардани ниёзҳои мавҷуда мубрам ҳисобида мешаванд.

Рушди воситаҳои интернетӣ дар идоракунии субъектҳои ҳудудӣ дар айни замон самаранокии ҳудро ҳамчун шакли ҳамкории мақомоти идоракунӣ ва ҷомеаи маҳаллӣ нишон медиҳад. Мо омӯзиши ин самти фаъолиятро ҳамчун баланд бардоштани самаранокии институтсионалии мақомоти идоракунӣ мешуморем.

Ҷадвали 4. - Самтҳои муосир, ки ташаккули рафтори истеъмолии ҷамоатҳои деҳотро тавсиф мекунанд

Самтҳо	Тавсиф ва хусусиятҳои зӯҳури онҳо дар деҳот
Иҷтимоӣ-иқтисодӣ	- кам шудани шумораи аҳолии деҳот, динамикаи манфии нишондиҳандаҳои демографӣ, сатҳи пасти зиндагӣ ва шиддатнокии зӯҳури камбизоатии деҳот; - хусусигардонӣ, либерализатсияи иқтисодиети деҳот, мураккабии муайяншуда дар ташаккули институтҳои рушди соҳибкорӣ; - шикастани шакли анъанавии коллективии ташкили равандҳои иқтисодӣ; - тағйир додани вазифаҳои тамаркузи институтсионалӣ дар маорифи деҳот бо гузариш аз ҳолати хизматрасонӣ ба ҳолати рақобат, ки ташаббус ва салоҳиятро талаб мекунад;
Фарҳангӣ	- рушди воситаҳои алоқаи оммавии иттилоотӣ, баланд бардоштани фарҳанги тамаддунии сокинони деҳот, татбиқи манфиатҳои нав (шавқу ҳавас ба технологияҳои нав, шабакаҳои иҷтимоӣ ва ғайра); - баланд бардоштани ҳаракати мобилии сокинони деҳот, тавсеаи "уфуқи фарҳангӣ" - и онҳо;
Психологияи шахсӣ	- тағйироти ҳавасмандгардонии самти шахсии сокинони деҳот: аз "инсон-як қисми коллектив", ба "ҳар кас барои худ", ки боиси ихтилофи эҳтиёҷоти худшиносии шахс ва эҳтиёҷоти ҷамъиятӣ мегардад; - қобилияти татбиқи ҳадафҳои соҳибкорӣ дар шахси деҳот мавқеи фаъоли ҳаётро ташаккул медиҳад, ки ҳам барои соҳаҳои иқтисодӣ ва ҳам барои дигар соҳаҳои ҳаёти ҷамъиятӣ хос аст;
Ҷазоӣ	- на танҳо дар сатҳи минтақаҳои Россия тафовути иҷтимоӣ-иқтисодӣ амиқтар мешавад, ҳамон равандҳо барои минтақаҳои шаҳрӣ ва байни маҳалҳои аҳолинишини хосанд; - дар мамлакати мо дар тақсими захираҳо самтҳо аз рӯйи вектори "марказ-музофот" бартарӣ доранд; - ҳамроҳшавии ҳудудҳои деҳот дар наздикии бевосита бо шаҳрҳои калон буда тавассути рушди зерсохтори роҳ ва нақлиёт;

Сарчашма: таҳияи муаллиф

Муайян кардани самаранокии институтсионалии мақомоти идоракунии деҳот бо риояи ду омил асосӣ имконпазир аст: ин шаффофият ва ҳисоботдиҳии фаъолияти онҳо ва муқаррар кардани мувофиқат байни молҳо ва хидматҳои пешниҳодшудаи ҷамъиятӣ - ҳам эҳтиёҷот ва ҳам афзалиятҳои ҷомеаи деҳот мебошад. Тавре ки таҳқиқоти мо нишон медиҳанд, ба рушди ин самти фаъолият аз ҷониби мақомоти идоракунии деҳот тавачҷӯҳи кофӣ дода намешавад ва дар натиҷа самаранокии ин самт зери савол аст.

Мо намудҳои маҳалҳои аҳолинишини деҳотро вобаста ба дараҷаи устувории иҷтимоӣ-иқтисодии онҳо пешниҳод менамоем:

- шумораи аҳолии истиқоматӣ,

- миқдор ва сифати объектҳои иҷтимоӣ,
- мавҷудияти корхонаҳои кишоварзӣ ва саноатӣ, шумораи корхонаҳои хурд,

- дараҷаи мучахҳазгардонии зерсохтори хоҷагӣ ва роҳӣ-ҳамчун ҳолати муҳити маркетингии ҳудудҳои деҳот, ки омили муайянкунандаи таҳияи қарорҳои идоракунӣ оид ба баъъидол овардани вазъи иҷтимоӣ-иқтисодии қаламрави маҳаллӣ мебошад.

Мо самтҳои ташаккули рафтори истеъмолии ҷамоатҳои деҳотро омӯхтем (ҷадвали 4).

Дар асоси самтҳои муайяншудаи ташаккули рафтори истеъмолии ҷамоатҳои деҳот, таъсири идоракунӣ бояд ба нақша гирифта шавад. Барои дақиқтарин мониторинги афзалиятноки ҳалли мушкилот, мо истифодаи воситаҳои интернетиро пешниҳод менамоем: кушодани сомонҳои расмӣ шаҳрак барои шарҳ, истифодаи васеи шабакаҳои иҷтимоӣ ва дигар паёминависони муосир барои эҷоди робитаҳои уфуқӣ.

1. Ба аҳолии деҳот барои ҳамкорӣ бо мақомоти идоракунӣ пешниҳод намудани истифодаи фаъолони воситаҳои интернет ва номбар кардани истинодҳои дастрас (мӯҳлати татбиқ на камтар аз як моҳ аст);

2. Пешниҳод намудан ба аҳолии деҳот муайян намудани масъалаҳоеро, ки аз нуқтаи назари онҳо ҳаётан муҳиманд (бо нишон додани мӯҳлати ҷамъоварии иттилоот);

3. Пас аз шиносӣ бо масъалаҳои ҳаётан муҳим, ки аҳоли муайян кардааст, онҳоро аз рӯйи аҳамияти ҳалли онҳо баҳо дода ва массиви бадастомадаро ба масъалаҳои тактикӣ ва стратегӣ тақсим карда пешниҳод карда шудааст (мӯҳлати амалро нишон диҳед);

4. Муҳокима ва шарҳи натиҷаҳо пешниҳод кардан. Ҷамъбасти натиҷаҳо (мӯҳлати на камтар аз як моҳ);

5. Таҳияи нақшаҳои амалисозии ҷорабинӣ, муайян кардани масъул барои ҳалли вазифаҳои тактикӣ ва стратегӣ;

6. Огоҳии мунтазами аҳоли оид ба марҳилаҳои татбиқи нақшаҳои пешбинишуда, муҳокимаи тасҳеҳоти зарурӣ (шахси масъули таъиншуда маълумот медиҳад);

7. Ҷамъбасти натиҷаҳои муваққатии ҳамкорӣ (семоҳа, нимсола, солана). Арзёбии натиҷаҳои сифатӣ ва миқдорӣ оид ба ҳалли масъалаҳои маҳаллӣ бо истифодаи ин шакли ҳамкории коммуникатсионӣ ва иттилоотӣ;

8. Хулосаҳо ва ҷамъоварии пешниҳодҳо оид ба тақвим додани шакли ҳамкории баррасишаванда.

Ҳамин тариқ, шакли муташаккилонаи ҳамкории мақомоти идоракунӣ бо аҳолии деҳот имкон медиҳад, ки ташаббусҳои маҳаллӣ тақвият дода шаванд, сатҳи рушди масъулияти шаҳрвандӣ баланд бардошта шавад, иқтидори шахсии инсонӣ амалӣ карда шавад ва дар натиҷа рӯҳияи муҳоҷирати аҳолии деҳот коҳиш ёбад.

Барои ҳалли мушкилоти сарфаи аҳолии деҳот ва ҳифзи манзараҳои таърихан азхудшуда, диққати асосӣ бояд ба таъмини шуғли аҳолии қобили

меҳнати ҳудудҳои деҳот ва ба даст овардани даромад равона карда шавад. Инро тавассути ташаккул ва нигоҳ доштани шаклҳои хурди хоҷагидорӣ, маҳз хоҷагиҳои деҳқонии инфиродии оилавӣ амалӣ кардан мумкин аст. Дикқат ба ташкили ҳамкорӣ барои истисно кардани миёнаравон хангоми фуруши маҳсулоти кишоварзии аз ҷониби хоҷагиҳои хурд истеҳсолшуда, ки ба аҳолии фаёл шуғл ва даромадро фароҳам меорад бояд ҷалб намуд, ки ин тавонад боиси паст шудани рӯҳияи муҳоҷират гардад. Ва шояд ба тамоюли муосири интиҳоби ҳудудҳои деҳот ҳамчун ҷои истиқомат ва фаъолияти кишоварзӣ, оилаҳои аз тарафи фаёли шахрӣ тақвият бахшад.

Ҳатто бо назардошти самти маблағҳои молиявӣ барои татбиқи лоиҳаҳои миллии рушди ҳудудҳои деҳот, ислоҳоти сохторӣ дар идоракунии ноҳияҳои худидоракунӣ, барои интизориҳои тамоюли устувори мусбат дар дигаргунҳои иҷтимоӣ иқтисодӣ дар ҳудудҳои деҳот, уфуқи миёна ва дарозмуддати банақшагириро баррасӣ кардан лозим аст.

Хангоми татбиқи самтҳои пешниҳодшудаи усулҳои маркетингӣ дар идоракунии ҳудудҳои деҳот, тағироти мусбӣ на пештар аз давраи сесола имконпазир аст, натиҷаи аввалини мусбат коҳиш ёфтани равандҳои муҳоҷират ва ба эътидол овардани шумораи аҳолии деҳот хоҳад буд. Пас аз он, афзоиши миқдори маҳсулоти кишоварзии истеҳсолшуда ва дар натиҷа афзоиши даромади аҳолии деҳот мушоҳида карда мешавад, баъдтар тағйирот дар баланд бардоштани бароҳати зиндагӣ дар ҳудудҳои деҳот имконпазир аст.

ХУЛОСА ВА ПЕШНИҲОДҲО

Натиҷаҳои асосии илмӣ диссертатсия

Таҳқиқоти диссертатсионӣ ба мо имкон дод, ки натиҷаҳои зеринро ҷамъбаст намуда, хулосаҳои зерин барорем.

1. Моҳияти истифодаи равиши истеҳсолӣ ва саноатӣ дар давраи пеш аз ислоҳот ва самаранокии он дар қаламрави вилояти Омск ошкор карда шуд. Асоснок аст, ки равиши муосири истеҳсолӣ ва саноатӣ, ки пеш аз ҳама рушди агрохолдингҳои калонро дар бар мегирад, ба ҳалли мушкилоти иҷтимоӣ иқтисодии ҳудудҳои деҳот мусоидат намекунад. Имконнопазирии қонунгардонидани талаботи аҳолии деҳот ба хизматрасониҳои дастраси иҷтимоӣ, бо истифода аз як варианти муосири равиши идоракунии саноатӣ истеҳсолӣ, барои аз тарафи олимони таҳия ва пешниҳод намудани равиши ҳудудӣ дар идоракунии ҳудудҳои деҳот, ки барои рушди зерсохтори иҷтимоӣ ҳудудӣ ва дигар соҳаҳои ҳаёти ҷомеаи деҳот пешбинӣ шудаанд, асос гардид **[15-М, 18-М]**.

2. Равиши ҳудудии пешниҳоднамудаи ҷомеаи илмӣ ба рушди ҳудудҳои деҳот дар санадҳои қонунгузори аз ҷониби Ҳукумати Федератсияи Россия қабулшуда, ки ба рушди ҳудудҳои деҳот нигаронида шудаанд, инъикос ёфтааст, аммо тавре ки тадқиқоти мо нишон дод, тадбирҳои андешидаи ҳукумат ва натиҷаҳои бадастомада барои ҳалли масъалаҳои баланд бардоштани сифат ва сатҳи зиндагии аҳолии деҳот, нигоҳ доштани иқтисодии иҷтимоӣ ва иқтисодии ҳудудҳои деҳот ва иҷрои вазифаҳои умумимиллӣ: истеҳсолӣ, демографӣ, меҳнатӣ, фазой-коммуникатсионӣ, ҳифзи асосҳои таърихӣ ва фарҳангии ҳувияти халқҳои

кишвар, нигоҳ доштани назорати иҷтимоӣ ва ҳифзи манзараҳои таърихан азхудшудаи ҳудудҳои деҳот нокифоя мебошанд [2-М,3-М].

3. Дар амал, дар идоракунии ҳудудҳои деҳот, равишҳои маъмулии идоракунӣ ба мушкилоти муосир мувофиқат намеkunанд, наметавонанд тамоюлҳои рукуди бӯҳронро пас аз ислоҳот, ҳам дар рушди соҳаҳои кишоварзӣ ва ҳам дар рушди ҳудудӣ бартараф кунанд. Дар воқеияти муосир, сохторҳои идоракунии деҳот на ҳамеша метавонанд дар қаламравҳои ба онҳо супурдашуда, дар доираи ваколатҳои ба онҳо додашуда дастгирии бефосилаи ҳастро ташкил кунанд. Сохтори муосири мақомоти идоракунии деҳот бесамарии иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва институтсионалиро нишон медиҳад, ки коҳиши аҳолии деҳотро пешгӯӣ мекунад. Равандҳои муҳочират дар ҳудудҳои деҳоти вилояти Омск, ноамнии умумии буҷети деҳот ба ҳулосае омадан, ки имконият медиҳанд равишҳои идоракунии дар айни замон татбиқшаванда ба талаботи ҷомеаи деҳот ҷавобгӯ нестанд ва наметавонанд ба эътидол овардани равандҳои иҷтимоӣ иқтисодии ҳудудҳои деҳотро таъмин кунанд. Ошкор шудааст, ки вазъи иқтисодиёт ва соҳаи иҷтимоӣ ба сифати идоракунии ҳудудҳои деҳот мувофиқ аст [12-М,13-М,16-М].

4. Таҳлили имкониятҳои молиявии маҳалҳои аҳолинишини деҳот номутобиқати заминаи молиявии маҳалҳои аҳолинишинро бо ваколатҳои ба онҳо воғузоршуда, ки бо ҳалли мушкилоти ҳалталаби ҳудудии иҷтимоӣ иқтисодӣ ва ниёзҳои ҷомеаи деҳотро ошкор намуд. Таҳқиқоти мо бесамарии маъмурияти сатҳи дучонибаро нишон дод, ки дар он такрори ваколатҳо ба амал меояд ва ҳудуди масъулият барои натиҷаҳои фаъолияти идоракунӣ норавшан аст. Бесамарии хароҷоти буҷетӣ барои нигоҳдории сохторҳои маъмурӣ муайян карда шуд, ки бо маҳсулоти муфиди ҷамъиятии истеҳсолшавандаи мақомоти идоракунии деҳот намешавад [4-М,8-М,16-М].

5. Зарурати тағйироти сохторӣ дар мақомоти маҳаллии ташкилоти худидоракунанда муайян карда шуд. Зарур аст, ки ҳамаи воҳидҳои ҳудудӣ ва маъмурӣ-маҳалҳои аҳолинишини деҳот ба як ноҳияи худидоракунанда муттаҳид карда шаванд, ки ба он алҳол рӯйхати васеи ваколатҳои қонунан муайян карда шудадода шудааст. Дар ҳудудҳои деҳот бояд низоми таъмини мунтазами ҳаёт аз тарафи маҳалҳои аҳолинишин ташкил карда шавад, ки аз ҳадди ақали зарурии кормандон иборат бошад ва барои ҳалли вазифаҳои гузошташуда инчунин бояд худидоракунандаи ҳудудӣ бошад, ки ҳамчун пайваستкунандаи ҳудудҳои деҳот бо ноҳияи худидоракунанда баромад кунад. Фаъолияти идоракунандаи ҳудудӣ бояд ба туфайли истифодаи сомонаи интернетӣ барои ҳамкориҳои фаъол ва доимӣ бо ҷомеаи деҳот комилан шаффоф бошад [13-М, 19-М, 20-М].

6. Типизатсияи нуқтаҳои аҳолинишини деҳот бо намудҳои гуногуни устувории иҷтимоӣ иқтисодӣ, ки истифодаи самтҳои гуногуни таъсироти идоракуниро муайян меkunанд, пешниҳод карда мешавад. Намудҳои устувории маҳалҳои аҳолинишини деҳот мафҳуми муҳити маркетингиро ошкор карда, имкон медиҳад потенциали фазоии табиӣ ва имкониятҳои истифодаи он барои рушди шаклҳои хурди хоҷагидорӣ ва дигар фаъолияти соҳибкорӣ таҳлил карда шаванд [1-М,5-М,9-М].

7. Рушди каналҳои иттилоотии коммуникатсионӣ барои муайян кардани эҳтиёҷоти ҷомеаи деҳот бо мақсади ташаккули вазифаҳо барои қонеъ кардани ниёзҳои мавҷуда мубрам карда шуд. Зарурати баланд бардоштани самаранокии институтсионалии мақомоти идоракунии, ки рушди ҳамкориҳои коммуникатсионӣ ва иттилоотии мақомоти идоракуниро бо ҷомеаи деҳот бо истифода аз воситаҳои муосири интернет пешбинӣ мекунад, асоснок карда шудааст. Механизми зина ба зинаи татбиқи ҳамкориҳои коммуникатсионӣ ва иттилоотӣ пешниҳод карда мешавад. Ҳамин тариқ, шакли муташаккилонаи ҳамкорӣ имкон медиҳад, ки ташаббусҳои маҳаллӣ тақвият дода шаванд, сатҳи рушди масъулияти шахрвандӣ баланд бардошта шавад, потенциали шахсии инсон амалӣ гардад ва дар натиҷа рӯҳияи муҳоҷирати аҳолии деҳот коҳиш ёбад. Дар оянда, ташаббуси ба ин тариқ ташаккулефтаи "аз поён" дар ҳамчоягӣ бо татбиқи барномаҳои миллӣ оид ба рушди деҳот вазъи иҷтимоию иқтисодиро ба эътидол меорад ва сипас ба вектори рушд мегузарад **[19-М]**.

8. Зарурати ташаккули парадигмаи нави идоракунии ҳудудҳои деҳот асоснок карда шудааст, ки ба татбиқи равиши маркетингӣ ба амалияи идоракунии ҳамчун посухи мувофиқ ба мушкилоти муосир асос ёфтааст. Тадбирҳо оид ба татбиқи усули маркетингӣ ба идоракунии деҳот пешниҳод карда мешаванд, ки самтҳои гуногуни таъсири идоракуниро пешбинӣ мекунанд: тағйир додани сохтори идоракунии муниципалӣ; самти тадқиқотӣ-таҳлилӣ, таҳияи нақшаи миенамӯҳлат ва стратегияи рушди соҳаҳои гуногуни ҳаёти ҷомеаи деҳот бо натиҷаҳои пешбинишудаи самтҳои фаъолият **[2-М,5-М,9-М,12-М,13-М, 15-М,19-М]**.

9. Таҳлили таҳқиқоти илмӣ оид ба рушди ҳудудҳои деҳот ба мо имкон медиҳад хулоса барорем, ки самти хулосаҳои илмӣ оид ба вазъи иҷтимоию иқтисодии фазои муосири деҳот яқдилона нишон медиҳад, ки сарфи назар аз чораҳои андешидаи давлат, бартараф кардани зуҳуроти бўҳронӣ ғайриимкон аст. Таҳқиқотчиён ба хулосае омаданд, ки иқтисоди анъанавии деҳот аз байн меравад ва аҳолии деҳотро коҳиш медиҳад. Дигар деҳқонон ҳамчун синф вучуд надоранд, зеро иқтисоде нест, ки ин гурӯҳи аҳолиро дастгирӣ кунад. Майдонҳои коркардшуда фишурда мешаванд, нуқтаҳои аҳолинишини фишурда мешаванд ва шумораи онҳо дар феҳрист пайваستا коҳиш меёбад. Ҷазираҳои зиндамонӣ дар пайроҳаҳои федералӣ ва минтақавӣ ҷойгиранд ва дар масофаи кӯтоҳе дар амик, хомӯшӣ, харобӣ ва нобудшавӣ дида мешавад. Вазъият хеле ташвишвар ва ҳатто ғочивӣ аст. Мо дар марҳилаи аз нав дида баромадани майдонҳои деҳот, тағйир додани тамсилаи иқтисоди кишоварзӣ қарор дорем. Савол пайдо мешавад – оё васеъгии ҳудудҳо ин неъмат аст ё лаънат? Ҳудудҳо метавонанд дар заминаи муҳоҷирати баръакс, дар сурати мавҷуд будани роҳҳои нақлиёт, барои бартараф кардани ҷойҳои чуғрофӣ ба як неъмат табдил ёбанд. Он гоҳ эҳтимолияти дубора зиндагӣ кардани ҳудудҳои деҳот ва бо сохтори дохилӣ ва инчунин хоҷагӣҳои хурде, ки ба сокинони маҳаллӣ хизмат мерасонанд, хоҳад буд. Ҳамин тавр, дар давраи пандемия муҳоҷирати назарраси марказгурез ба назар мерасид. Чунин равандҳои муҳоҷират хусусияти раққосакдоранд, аммо ба ҳар ҳол тамоюл гузошта шудааст **[4-М]**.

10. Ба деҳот ҳамчун муҳит нигоҳ карда, кӯшиш мекунанд, ки онро ба шаҳраки аз ҳад зиёд серодам ва зич муқоиса кунанд ва боварӣ доранд, ки ин контраст дер ё зуд барои интиҳоби фазои деҳот барои зиндагӣ кор хоҳад кард. Муҳокимаи илмӣ дар мавзӯи кадом самти амал тамоюлҳои манфӣ ва масъалаҳои қувваҳои пешбарандаи рушди муносири деҳоти Россияро бартараф мекунад маҷмӯи васеи тадбирҳоро пешниҳод мекунад. Қомеашиносон, ҷуғрофиёни иқтисодӣ, деҳқонон ва иқтисоддонҳо якдиланд, ки маблағгузориҳои барномаҳои давлатӣ барои ҳалли мушкилоти фазои деҳоти кишвари мо бояд афзоиш ёбад. Ҳамчунин зарур аст, ки равишҳои дигар ба нишондиҳандаҳои мақсадноки барнома пешбинӣ карда шаванд. Соҳибкории деҳотро ба таври дигар баррасӣ шудааст: шаклҳои хурди хоҷагидорӣ, кишоварзӣ, ҷамъовариҳои ваҳшӣ ва ғайра. Мегӯянд, ки дар деҳа он қадар ҳавасмандоне ҳастанд, ки ба коре омодаанд, ки "бояд дар даст пӯшанд" медонанд, ки чӣ қадар одамоне, ки кӯшиши ташкили истеҳсолотро доштанд, натавонистанд ба қарзҳо ва ҷағон кӯмак роҳ ёбанд. Фурӯпошии кооператсияи истеъмолкунандагон бисёр мушкилоти истеҳсолоти хурди молиро ҳал намекунад, аз ҷумла сабаби дастнорас будани соҳибкорони маҳаллӣ ба молҳои худ ба бозор. Методологияи рушди деҳоти Русияи муосир дар марҳилаи ташаккулёбӣ қарор дорад. Иқтисоди минтақавӣ субъектҳои Федератсияи Россияро ҳамчун объекти таҳқиқот мешуморад, маъмурияти мунисипалӣ ба наздикӣ ташкил карда мешавад ва асосан шаҳракҳо ва ноҳияҳои шаҳриро таҳқиқ мекунад ва дар бораи ноҳияи худидоракунандаи деҳот амалан ҷағон қорқардҳои илмӣ вучуд надоранд. Кам баҳо додани хусусиятҳои тарзи ҳаёти аҳолии деҳот безътиной ба онҳо дар соҳаи қарорҳои идоракунии бидуни иваз қардани намунаҳои нави фарҳангӣ боиси хароб шудани онҳо мегардад. Мустақилияти мунитсипалитетҳои ҳудудҳои деҳотро назди салоҳдид мегузорад – қаламравҳои аз кӯмаки молиявии беруна ба амал овардан вобастаи тахти таназзул ба мушкилоти зиёди хусусияти иҷтимоӣ ё ҷустуҷӯи роҳҳои нави идоракунии рушди ҳудудро барои беҳтар қардани сифати зиндагии аҳоли **[6-М, 3-М]**.

11. Зарурати тағйир додани усулҳои анъанавии идоракунии ҳудудӣ аз бисёр омилҳо ба миён меояд. Бояд ҳудудҳои деҳотро ҳамчун қомеаи маҳаллӣ – аҳоли – ниғаҳбони анъанаҳо ва фарҳанги беназир, муҳити табиӣ, иқтисод, экология ва соҳаи иҷтимоӣ ба сарҳадҳои ҷуғрофӣ ва маъмурий баррасӣ кард. Ин зарурати ташаккули парадигмаи нави рушд аз ҷониби ҳудудҳои деҳот, татбиқи равишҳои нав ба банақшагирии стратегияи рушди ҳудудӣ, зарурати муайян қардани стратегияҳои рушди маҳаллӣ, инчунин истифодаи воситаҳои маркетингиро на танҳо ҳамчун як намуди мустақили фаъолият, балки фаъолиятро, ки дар раванди банақшагирии стратегӣ аз ҷониби рушди мунитсипалитетҳои деҳот сохта шудааст, ба миён меорад. Хусусияти муҳими маркетинги ҳудудҳо дар он аст, ки нисбат ба маркетинги классикии тижоратӣ, ба тамаркузи иҷтимоии он, бояд ба ғояи манфиатҳои шаҳрвандони ин қаламрав асос ёбад. Татбиқи ҷунин равиши ҳамаҷониба дар доираи ғояи маркетинги ҳудудӣ имқонпазир аст, ки самтест барои таҳлили муфассали минтақа ва эҷоди барномаи босалоҳият ва самарабахши рушди минбаъдаи устувори он мебошад. Ин масъала

барои ҳудудҳои деҳот махсусан муҳим аст, ки дар онҳо доираи маҳдуди соҳаҳо ва иқтисодии захиравӣ вучуд дошта, мушкилоти назарраси демографӣ ва иҷтимоӣ ба назар мерасад. Дар раванди навсозии худидоракунии маҳаллӣ, заминаҳои истифодаи ояндаи маркетинги ҳудудӣ, ки дар натиҷаи демократикунонии ҷомеаи шаҳрвандӣ, тағиребии хусусиятҳои рафтории аҳоли ва тиҷорат дар ҳалли масъалаҳои тиҷоратӣ ва ҷамъиятӣ ба вучуд омадаанд ва ҳангоми татбиқи стратегияҳои инфиродӣ бо имкониятҳои ҳудудҳо робита доранд [13-М, 17-М].

12. Дар доираи ин таҳқиқот механизмҳои истифодаи воситаҳои маркетингӣ барои рушди ҳудудҳои деҳот ҳамчун вектори парадигмаи нави рушд аз ҷониби ҳудудҳои деҳот таҳия карда шуданд. Дар асоси ҷамъбасти таҷрибаи ҷаҳонӣ ва ватанӣ оид ба ташаккул ва татбиқи сиёсати маркетингии рушди ҳудудӣ, ба низом даровардани шаклҳо ва механизмҳои мавҷудаи танзими давлатӣ бо рушди худидоракунии маҳаллӣ, баҳодиҳии самаранокии онҳо барои аҳолии деҳот, равишҳои назариявӣ ва пешниҳодҳои амалӣ оид ба татбиқи ҷанбаҳои маркетинг дар идоракунии мунисипалӣ барои рушди самаранокии ҳудудҳои деҳот дар асоси таҳлили ҷамаҷонибаи вазъи иҷтимоию иқтисодӣ ва тафриқаи ҳудудҳои деҳот, қобилиятҳои бисерфункционалӣ ва худидоракунии онҳо таҳия карда шуданд [13-М].

ТАВСИЯҲО ОИД БА ИСТИФОДАИ АМАЛИИ НАТИҶАҲО

1. Ташкили вилояти худидоракунанда дар низоми худидоракунии маҳаллӣ, бо дарназардошти масъулият барои сатҳи худидоракунии натиҷаҳои иҷтимоию иқтисодии қаламрав;

2. Истифодаи бурдани методологияи таҳияшудаи баҳодиҳии самаранокии мақомоти идоракунии деҳот;

3. Татбиқи ҷорабиниҳо оид ба татбиқи равиши нав дар идоракунии деҳот дар нақшаи миенамӯҳлати стратегӣ;

4. Татбиқи маҷмӯи пешниҳодшудаи тадбирҳо оид ба рушди каналҳои коммуникатсионӣ ва иттилоотӣ бо мақсади ташаккули вазифаҳои идоракунӣ барои қонсӯ кардани ниезҳои аҳолии деҳот;

5. Мусоидат ва дастгирии шаклҳои хурди хоҷагидорӣ, ҳамчун истеҳсолкунандагони маҳсулоти кишоварзӣ, барои мустақкам намудани аҳоли дар деҳот, баланд бардоштани некӯаҳволии онҳо ва таъмини рушди иқтисодӣ;

6. Рушди ҳамкориҳои иттилоотӣ ва коммуникатсионии ҳокимият бо аҳоли, истифодаи шабакаи интернет барои барқарор кардани робитаҳои уфуқӣ ва мубодилаи таҷрибаи амалӣ байни соҳибкорон ва сокинони деҳот.

7. Оғоз намудани муҳокимаи васеъ бо ҷалби ҷомеаи илмӣ оид ба ташаккули парадигмаи нави рушди ҳудудҳои деҳот.

ФЕҲРИСТИ ИНТИШОРОТИ МУАЛЛИФ ДОИР БА МАВЗУИ ТАҲҚИҚОТ

Мақолаҳо дар маҷаллаҳои тақризшаванда:

[1-М]. Лукина Т.С. Кредитный рейтинг региона в концепции территориального маркетинга [Текст] / Т.С. Лукина // Наука о человеке: гуманитарные исследования. - Омск, 2013-№4 (14). С. 34-42. ISSN 2587-943X.

[2-М]. Лукина Т.С. Разработка маркетинговых стратегий сельских территорий [Текст] / Т.С. Лукина, О.Ю. Патласов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – Омск, 2014. №4 (18).- С. 228 (0,88 п.л.). ISSN 2587-943X.

[3-М]. Лукина Т.С., Стратегии формирования территории опережающего развития [Текст] / Т.С. Лукина, О.Ю. Патласов // Вестник СибАДИ, выпуск 3(43),2015.С. 141 (0,41 п.л). ISSN: 2071-7296

[4-М]. Лукина, Т. С. Перспективы развития сельских территорий России в условиях деурбанизации [Текст] / Т. С. Лукина // Финансово-экономический вестник. – 2022. – № 2(31). – С. 163-170. ISSN: 2663-0389

Дар дигар нашриҳо:

[5-М]. Лукина Т.С. Маркетинговые стратегии и брендинг территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества Сборник научных статей VI Никулинские чтения, - Омск, - 2012 – С 138-147.

[6-М]. Лукина Т.С. Инвестиционная привлекательность районов Омской области. [Текст] / Т. С. Лукина // Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества \Сборник научных статей VII Никулинские чтения, - Омск, - 2013 – С 23- 27.

[7-М]. Лукина Т.С. Кадастровая оценка как механизм увеличения налогового потенциала территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Вестник Омского регионального института. – 2013 -№1. С 70-77. ISSN: 2305-6827.

[8-М]. Лукина Т.С. Анализ эффективности деятельности муниципального образования сельского поселения. [Текст] / Т. С. Лукина // Сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции «Наука и общество: проблемы современных исследований», - Омск, - 2013 - С 142-146.

[9-М]. Lukina T.S. Model for assessing the effectiveness of rural authorities for a given financial security of the rural budget [Text] / T.S. Lukina, O.Yu. Patlasov // Published in: SAHD 2021 - 5th International Scientific and Practical Conference 2021 “Modern Science: Problems and Development Prospects (Social and Humanitarian Directions)”. 2021, P. 22-23. ISSN: 2261-2424.

[10-М]. Лукина Т.С. Разработка бренда сельских территорий как ресурс муниципального образования / Т. С. Лукина и др. // (Коллективная монография) Финансовые аспекты предпринимательства в новой экономике НОУ ВПО «Омская Гуманитарная Академия», - Омск, - 2013 –С 167-183 (0,9 п.л. автор).

[11-М]. Лукина Т.С. Развитие рекреационных зон сельских территорий. Современная наука и образование: проблемы и перспективы [Текст] / Т. С. Лукина // Сборник научно-практической конференции докторантов PhD, магистрантов и молодых ученых - Семей - 2013 – С 35-38.

[12-М]. Лукина Т.С. Событийный маркетинг – как эффективный инструмент продвижения территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества \Сборник научных статей VIII Никулинские чтения, - Омск, - 2014 – С 20-24.

[13-М]. Лукина Т.С. Маркетинговое управление развитием сельских территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // IX Никулинские чтения, - Омск, - 2015 - С 90-98.

- [14-М].** Лукина Т.С. Междисциплинарный подход к маркетинговому управлению развитием сельских территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // Сборник научных статей VII Международной научно-практической конференции «Наука и общество: проблемы современных исследований», - Омск, - 2015 - С 57-63.
- [15-М].** Лукина Т.С. Геобрендинг сельских территорий как фактор социальной сплоченности. [Текст] / Т. С. Лукина // X Никулинские чтения: Модели участия граждан в социально-экономической жизни российского общества: Сб. науч. статей / Под ред. д.филол.н., проф. А.Э. Еремеева – Омск: Изд-во НОУ ВПО «Омская гуманитарная академия», 2016. – Стр.83-87 (0.31 п.л.)
- [16-М].** Лукина Т.С. Направления, стратегия, инструменты территориального маркетинга. [Текст] / Т. С. Лукина // «Наука и общество: проблемы современных исследований» : Сб. науч. статей / Под ред. д.филол.н., проф. А.Э. Еремеева – Омск: Изд-во НОУ ВПО «Омская гуманитарная академия», 2016- С 57-65.
- [17-М].** Лукина Т.С. Модель оценки эффективности деятельности сельского муниципалитета. «Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики»: [Текст] / Т. С. Лукина // Сб. науч. статей XIV Международной научно-практической конференции молодых ученых// Под ред. д.экон.наук Ю.Г. Лаврикова – Екатеринбург: Изд-во Институт экономики УрО РАН, 2016– С 222-225.
- [18-М].** Лукина Т.С. Взаимосвязь эффективности деятельности сельских органов управления и миграционных процессов. [Текст] / Т. С. Лукина // XIII Международная научно- практическая конференция «Наука и общество: Проблемы современных исследований»: Сб. науч. статей // Под ред. д. филолог. наук А.Э.Еремеева – Омск: Изд – во ОмГА, 2019 – С 126-132
- [19-М].** Лукина Т.С. Сельские муниципальные образования Омской области. Проблемы и перспективы. [Текст] / Т. С. Лукина // III Международная научно-практическая конференция «Современная наука: проблемы и перспективы развития» »: Сб. науч. статей // Под ред. д. филолог. наук А.Э.Еремеева – Омск: Изд – во ОмГА, 2019 – С 81-86 (0.25 п.л.)
- [20-М].** Лукина Т.С. Цифровая трансформация сельских территорий. [Текст] / Т. С. Лукина // IV Международная научно-практическая конференция «Современная наука: проблемы и перспективы развития». Сб. науч. статей // Под ред. д. филолог. наук А.Э.Еремеева – Омск: Изд – во ОмГА, 2020 - С 147-151.

АННОТАЦИЯ

на автореферат диссертации Лукиной Татьяны Сергеевны на тему «Новая парадигма развития сельских территорий (на материалах Омской области)» на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.03- Региональная и территориальная экономика.

Ключевые слова: парадигма, сельское хозяйство, сельская территория, сельское поселение, управление, маркетинговые стратегии, финансовые возможности, маркетинговый подход, собственные средства, производство сельскохозяйственных товаров, устойчивое развитие, семейные бюджеты, расходы бюджетов, доходы бюджетов, сельская миграция.

Изменения, проходящие в экономическом пространстве страны, характеризующие модернизацию и диверсификацию ее структуры, направлены на формирование нового качества жизни населения. Данные процессы обуславливают становление управленческих подходов к социально-экономическим и институциональным системам в пространственных образованиях.

Целью диссертационного исследования является разработка нового подхода в управлении сельскими территориями, обоснование применения в управленческой деятельности маркетингового подхода, как инновационного, соответствующего потребностям современного социума.

В процессе исследования в зависимости от решаемых задач были использованы эволюционный метод, логический и ситуационный анализ, монографический, системно-структурный, экономико-статистический, исследование маркетинговой среды и другие методы экономических исследований.

Раскрыта сущность применения производственно-отраслевого подхода в дореформенный период и его результативность на территории Омской области. Предлагаемый научным сообществом территориальный подход к развитию сельских территорий, нашел свое отражение в принятых Правительством РФ законодательных актах, направленных на развитие сельских территорий, но как показало исследование, принятые правительством меры и достигнутые результаты недостаточны для решения вопросов повышения качества и уровня жизни сельского населения.

Актуализирована важность развития коммуникационных информационных каналов для выявления потребностей сельского сообщества, с целью формирования задач по удовлетворению сложившихся потребностей. Обоснована необходимость повышения институциональной эффективности деятельности органов управления, предусматривающая развитие коммуникационно - информационного взаимодействия органов управления с сельским сообществом, используя современные интернет инструменты.

АННОТАТСИЯ

оид ба автореферати диссертатсияи Лукина Татьяна Сергеевна дар мавзуи «Парадигмаи нави рушди ҳудудҳои деҳот (дар асоси маводҳои вилояти Омск)» барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 08.00.03- Иқтисоди минтақавӣ ва ҳудудӣ.

Калидвожаҳо: парадигма, кишоварзӣ, деҳот, шаҳраки деҳот, идоракунии стратегияҳои маркетинг, имкониятҳои молиявӣ, усули маркетинг, маблағҳои худ, истеҳсоли маҳсулоти кишоварзӣ, рушди устувор, буҷетҳои оилавӣ, хароҷоти буҷа, даромади буҷет, муҳочирати деҳот.

Тағйироте, ки дар фазои иқтисодии кишвар сурат мегиранд, ки модернизатсия ва диверсификатсияи сохтори онро тавсиф мекунанд, ба ташаккули сифати нави ҳаёти аҳолии нигаронида шудаанд. Ин равандҳо ташаккули равишҳои идоракуниро ба системаҳои иҷтимоию иқтисодӣ ва институтсионалӣ дар сохторҳои фазои муайян мекунанд.

Ҳадафи таҳқиқоти диссертатсионӣ таҳияи равиши нав дар идоракунии ҳудудҳои деҳот мебошад, асосноккунии истифодаи усули маркетингӣ дар фаъолияти идоракунии ҳамчун инноватсионӣ, ки ба талаботи ҷомеаи муосир мувофиқат мекунад, ба вуҷуд оварда шудааст.

Дар чараёни таҳқиқот, вобаста аз вазифаҳои ҳалшаванда, усули эволюсионӣ, таҳлили мантиқӣ ва вазъӣ, монографӣ, системавӣ-сохторӣ, иқтисодӣ-оморӣ, омӯзиши муҳити маркетинг ва дигар усулҳои таҳқиқоти иқтисодӣ истифода шуданд.

Моҳияти истифодаи усули истеҳсолӣ ва саноатӣ дар давраи пеш аз ислоҳот ва самаранокии он дар қаламрави вилояти Омск ошкор карда шуд. Раёши ҳудудии пешниҳодкардаи ҷомеаи илмӣ ба рушди ҳудудҳои деҳот дар санадҳои қонунгузории аз ҷониби Ҳукумати Федератсияи Россия қабулшуда, ки ба рушди ҳудудҳои деҳот нигаронида шудаанд, инъикос ёфтааст, аммо тавре ки тадқиқоти мо нишон дод, ҷораҳои андешидаи ҳукумат ва натиҷаҳои бадастомада барои ҳалли масъалаҳои баланд бардоштани сифат ва сатҳи зиндагии аҳолии деҳот нокифоя мебошанд.

Аҳамияти рушди каналҳои иттилоотии коммуникатсионӣ барои муайян кардани эҳтиёҷоти ҷомеаи деҳот бо мақсади ташаккули вазифаҳо барои қонунӣ кардани ниёзҳои мавҷуда мубрам карда шуд. Зарурати баланд бардоштани самаранокии институтсионалии мақомоти идоракунии асоснок карда шудааст, ки рушди ҳамкориҳои коммуникатсионӣ ва иттилоотии мақомоти идоракуниро бо ҷомеаи деҳот бо истифода аз воситаҳои муосири интернет пешбинӣ мекунад.

ANNOTATION

on the abstract of the dissertation of Lukina Tatyana Sergeevna on the topic "A new paradigm for the development of rural areas (on the materials of the Omsk region)" for the degree of candidate of economic sciences in the specialty 08.00.03- Regional and territorial economics.

Key words: Paradigm, agriculture, rural area, rural settlement, management, marketing strategies, financial opportunities, marketing approach, own funds, agricultural production, sustainable development, family budgets, budget expenditures, budget revenues, rural migration.

The changes taking place in the economic space of the country, characterizing the modernization and diversification of its structure, are aimed at creating a new quality of life for the population. These processes determine the formation of management approaches to socio-economic and institutional systems in spatial formations.

The purpose of the dissertation research is to develop a new approach to the management of rural areas, substantiation of the application of the marketing approach in management activities as an innovative one that meets the needs of modern society.

In the process of research, depending on the tasks to be solved, the evolutionary method, logical and situational analysis, monographic, system-structural, economic-statistical, marketing environment research and other methods of economic research were used.

The essence of the application of the production-sectoral approach in the pre-reform period and its effectiveness in the territory of the Omsk region is revealed. The territorial approach to the development of rural areas proposed by the scientific community was reflected in the legislative acts adopted by the Government of the Russian Federation aimed at the development of rural areas, but as our study showed, the measures taken by the government and the results achieved are insufficient to address issues of improving the quality and standard of living of the rural population.

The importance of developing communication information channels for identifying the needs of the rural community has been updated in order to form tasks to meet existing needs. The necessity of improving the institutional effectiveness of the activities of government bodies, which provides for the development of communication and information interaction between government bodies and the rural community, using modern Internet tools, is substantiated.

Ба чопаш 03.03.2023 имзо шуд.
Андозаи 60x84 1/16. Коғазии офсет.
Адади нашр 100 нусха. 1,5 ҷузъи чопӣ.
Дар матбааи ДДМИТ чоп шудааст.
734067, ш. Душанбе, кӯчаи Нахимов 64/14

Подписано в печать 03.03.2023. Формат 60x84 1/16.
Бумага офсетная. Тираж 100 экз. Усл.п.л. 1,5.
Отпечатано в типографии ТГФЭУ
734067, г. Душанбе, ул. Нахимова 64/14