

## ТАҚРИЗИ

роҳбари илмӣ ба кори диссертатсионии Азиззода Махваш Абдулҳаким дар мавзӯи “Идоракунии фаъолияти маркетинг дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон” барои дарёфти дараҷаи илмии номзоди илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 08.00.10 – Менечмент, маркетинг ва нархгузорӣ (маркетинг) пешниҳод шудааст.

Афзоиши маҳсулоти кишоварзӣ яке аз заминаҳои болоравии иқтисодиёти кишвар ба шумор рафта, фаъолияти пурсамари рушди устувори маҳалҳои минтақаи ҷумҳурӣ ба вазъи комплекси агросаноатӣ пурра вобастааст. Ислоҳоти хоҷагии халқи Тоҷикистон, ки беш аз ҳаҷдаҳ сол боз идома дорад, ба вазъи комплекси агросаноатӣ таъсири бағоят сахт расондааст. Новобаста ба як қатор муътадилнокӣ дар комплекси агросаноатӣ, ҳолати бахши кишоварзӣ ҳамоно мураккаб аст. Он ба якбора поин шудани раванди истеҳсолот, пузӯршавии мубодилоти беарзиш, робитаҳои ноустувори хоҷагидорию истеҳсолӣ, кам гардидани дастгирии давлатӣ ва чун натиҷа, шиддатёбии вазъи иҷтимоӣ маънидод карда мешавад.

Гузариши маҷмааи агросаноатӣ ба муносибатҳои бозорӣ зарурати ташкили механизми нави иқтисодии идоракуниеро ба миён меорад, ки ба талаботи бозор мутобиқ бошад. Яке аз унсурҳои калидии чунин механизм маркетинг мебошад. Дар ин шароит, самти асосии истеҳсол ва фурӯши маҳсулоти корхонаҳои КАС новобаста аз шакли моликиятшон аз ниёз ва афзалиятҳои истеъмолкунандагон муайян карда мешавад. Маркетинг ҳамчун унсури фаъол барои давлатҳои хос аст, ки иқтисоди бозоргонӣ доранд. Гузариш ба муносибатҳои бозорӣ дар соҳаи кишоварзии кишвар имкониятҳои зарурии иҷтимоию иқтисодиро барои ташаккул ва рушди фаъолияти маркетингӣ фароҳам меорад.

Фаҳмиши ҷанбаҳои назариявӣ, методологӣ ва амалии ташаккули низоми маркетинг пайваستا васеъ шуда истодааст. Бо вучуди ин, татбиқи барномаҳои зиддибӯҳронӣ дар бахши аграрии иқтисод ҳамоно душвор

боқӣ мемонад, зеро механизми дақиқи арзёбии таъсири тағйироти сохторӣ дар комплекси агросаноатӣ ба фаъолияти маркетингии корхонаҳо комилан шакл нагирифтааст. Ҳамзамон, манфиатҳои таъминкунандагон, миёнаравон, истеҳсолкунандагони маҳсулоти кишоварзӣ ва истеъмолкунандагон то ҳол ба таври кофӣ ҳамоҳанг ва мутаносиб нестанд.

Аз ин гуфтаҳо ба хулосае меоянд, ки дар шароити муосири иқтисодӣ, яке аз самтҳои муҳими рушди кишварзӣ ва иқтисодиёти деҳот ин таҳияи стратегияи самараноки маркетингӣ мебошад, ки махсусан дар бахши аграрӣ аҳамияти бузург дорад. Бо дарназардошти аҳамияти афзояндаи бозор ва талаботи рӯзафзуни аҳоли ба маҳсулоти босифати кишоварзӣ, зарурати таҳияи асосҳои концептуалии рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ ҳамчун бахши ҷудонопазири идоракунии муосири хоҷагиҳои деҳқонӣ ва агросаноатӣ ба миён меояд. «Кишоварзӣ ва комплекси агросаноатӣ ба таври умумӣ яке аз мураккабтарин соҳаҳои истеҳсолот мебошад.

Таҳлилҳо нишон доданд, ки дар заминаи маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ назарияҳо ва моделҳои гуногун амал мекунанд, ки дар онҳо омилҳои чун таҳлили бозор, нархгузорӣ, тақсимот, пешбурди маҳсулот ва муносибатҳои истеъмоли баррасӣ мегарданд. Аммо дар шароити кишварҳои рӯ ба таррақӣ аз ҷумла Тоҷикистон омӯхтани хусусиятҳои минтақавӣ, захираҳои маҳаллӣ ва иқтисодии истеҳсолии хоҷагиҳои аҳамияти аввалиндараҷа дорад.

Асосҳои маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ як қатор стратегияҳо ва равандҳои мебошанд, ки барои бозори маҳсулоти озуқавории кишварҳо ва корхонаҳо истифода мешаванд. Маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ ба истифодаи таҳқиқи бозор, таҳлили талабот ва пешниҳод, тарҳрезии стратегияҳои фурӯш ва дигар усулҳо барои беҳтар кардани даромад ва самаранокии маҳсулот вобаста аст.

Вазъи кунунии масъалаҳои номбаргардида, чиҳати ҳалли мушкилот дар илми иқтисодиёти ватанӣ, шаҳодат медиҳад, ки назарияи мукаммали таҳқиқи масъалаи мазкур пешниҳод гардида, муаммоҳои ниҳоят муҳими иқтисодиёти ҷумҳурӣ ба ҳисоб меравад. Маҷмӯи ин гуфтаҳо, зарурияти мавзӯи интиҳобшударо ифода намуда, арзиши илмӣ ва муҳимияти амалӣ доштани онро мефаҳмонад.

Ҳамзамон, метавон гуфт, ки бозори ҷаҳонӣ низ барои маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ аҳамияти калон дорад. Дар ҷаҳони муосир, ки бозорҳои муҳими ҷаҳонӣ дар шакли бозори хӯроки органикӣ ва экологӣ тағйир меёбанд, деҳқонон ва корхонаҳои кишоварзӣ бояд қодир бошанд, ки маҳсулоти худро дар бозорҳои мухталиф ба фурӯш гузоранд. Бо афзоиши рақобат дар бозорҳои гуногун ва шиносоии талаботҳо дар асоси таҳлил ва барномасозии дуруст, соҳибкорон метавонанд беҳтарин роҳҳои дохил шудан ба бозорҳоро ёфта, бо кӯмакҳои давлатӣ ва созмонҳои байналмилалӣ муваффақ шаванд.

Таҳлилҳо нишон дод, ки яке аз вазифаҳои асосии идоракунии маркетинг дар бахши кишоварзӣ пешгӯии дақиқи талаботи бозор мебошад. Ин вазифа тавассути таҳлили бозор, омӯзиши рафтори истеъмолкунандагон ва омӯзиши тамоюлҳои бозорӣ амалӣ мегардад. Пешгӯии дуруст ва саривақтии талаботҳо ба истеҳсолкунандагон имкон медиҳад, ки миқдори зарурии маҳсулотро бо сифати мувофиқ истеҳсол кунанд, ки ин ба коҳиши талафот, истифодаи оқилонаи захираҳо ва самаранокии истеҳсолот мусоидат менамояд.

Дар кори илмӣ масъалаи рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ яке аз вазифаҳои муҳимтарини идоракунии маркетинг дар иқтисоди муосир чун масъалаи мубраму муҳими илми иқтисодиёт матраҳ шудааст. Дар сурати ҳалли худро ёфтани масоили ин соҳа некӯаҳволии халқ беҳ мегардад, хоҷагии қишлоқ рушд ва муваффақ ба дастовардҳои хуб мешавад. Аммо дар акси ҳол нобарориро нокомӣ натиҷаи он аст.

Тавре ки қайд кардем, барои ба мақсад расидан бояд аз роҳу усулҳои муосире, ки имрӯз дар муносибатҳои бозорӣ (тиҷоратӣ) ҷой доранд, самарабахш ва оқилона истифода барем. Ин ақида ҳам аз ҷиҳати назариявӣ ва ҳам дар таҷриба арзишманд буда, қонуниятҳои худро доро аст.

Дар диссертатсия вазъи бозори озуқаворӣ минтақавӣ аз мавқеи маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ хеле хуб арзёбӣ шудаанд. Самтҳои баланд бардоштани самарнокии бозори озуқаворӣ минтақавӣ дар асоси дурнамои стратегияи рушди инноватсионии комплекси агросаноатӣ коркарда баромада шуданд ва ба ин монанд боиси нигаронӣ мегардад.

Бинобар ин ақидаҳои илмии иқтисодчиён ва тадбирҳои пешниҳодшудаи унвонҷӯ нисбати болобарии иқтисодиёти кишвар дар тақмили механизми рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ ва арзёбии хусусиятҳои иқтисодии молистеҳсолкунандагони кишоварзӣ ҳамчун субъектҳои муносибатҳои маркетингӣ боиси дастгирӣ аст. Дар сурати татбиқ гаштани механизмҳои пешниҳодшуда шароитҳои муассисаҳои хоҷагии қишлоқ рӯ ба беҳбудӣ ниҳода, иқтисодиёти кишвар рушд мекунад. Ҷиҳати дастгирии давлатии илми назариявӣ ва амалӣ дар самти татбиқи коркардҳои илмӣ дар истеҳсолоти кишоварзӣ натиҷаҳои хубро ба даст овардан мумкин аст.

Ногофта намонад, ки дар қори илмӣ мафҳум ва мундариҷаи иқтисодии асосҳои концептуалии рушди маркетинг, тамоилҳо дар истеъмоли маҳсулоти озуқаворӣ, идоракунии маркетинг дар истеҳсолоти маҳсулоти кишоварзӣ, вазъи бозори озуқаворӣ минтақавӣ аз мавқеи маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ, асоси барномавӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирӣ ва тақмилдиҳии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ, дурнамои рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ, таҳлили омилҳои таъсиррасон ва имкониятҳои афзоиши истеҳсоли тухм ва гушт, Стратегияҳои маркетингӣ дар рушди фаъолияти соҳа дар маҷмӯъ

гирифта шудааст. Дар кори диссертатсионӣ такмилдиҳии технологияи идоракунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ дар бозори озуқаворӣ арзёбӣ ва таҳлил шуда, гузариши кишвар ба муносибаҳои бозорӣ (тиҷорат) чун омили асосии он ба шумор меравад.

Пӯшида нест, ки самтҳои асосии такмилдиҳии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ баҳо дода, истифодаи технологияи рақамӣ ва системаҳои иттилоотии муосир ба ҳисоб меравад. Ворид намудани платформаҳои электронии фурӯш, таҳлили рақамии маълумотҳои бозор, системаи CRM (идоракунии муносибат бо муштариён) ва васоити тарғиби рақамӣ (маркетинги рақамӣ) имкон медиҳад, ки талаботи бозор дуруст муайян карда шавад ва стратегияи фуруш мутобиқ ба он танзим гардад. Илова бар ин, такмил додани технологияҳои логистикӣ ва идоракунии занҷираи таъминот коркард шуда, таҳлилҳои илман асоснок пешниҳод гардидааст.

Унвонҷӯ тақозо дорад, ки дар асоси таҳқиқоту таҳлилҳои мавҷуда, самтҳои стратегӣ ва идоракунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзиро дар бозори озуқаворӣ нишон дода шуда, самтҳои асосии ташаккули зерсохтори самараноки хоҷагии кишлоқ коркард шуда, рушди соҳаи мазкур дида мешавад.

Унвонҷӯ далелу мисол меорад, ки устувории нарх ҳамчун як нишондиҳандаи калидии таҳлили маркетингӣ, ба шумор рафт, барои моделсозии рафтори бозор ва таҳияи стратегияи фурӯш аҳамияти асосӣ дорад. Маҳсулоҳое, ки сатҳи баланди устувории нархро нишон медиҳанд, бештар мувофиқанд барои татбиқи барномаҳои дарозмуддат, брендинг ва содирот мувофиқ мебошанд. Дар дурнамои пешбинишаванда, Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030 боварӣ комил аст, ки давлат барои рушди соҳаи кишоварзӣ маблағи кофӣ пайдо намуда самаранокии соҳаи

кишоварзӣ ва зиёд намудани саҳми он дар таъмини амнияти озуқаворӣ бо назардошти ғизои комил баланд бардошта шавад.

Дар диссертатсия асоснок шудааст, ки технологияҳои иттилоотӣ ва рақамӣ дар соҳаи кишоварзии мамлакат барои баланд бардоштани самаранокии маркетинг ва фурӯши маҳсулот ба таври назаррас кӯмак мерасонанд. Дар шароити муосир, ки рақобат дар бозорҳои маҳаллӣ ва ҷаҳонӣ зиёд аст, корхонаҳо бояд аз технологияҳои муосир, аз қабилӣ платформаҳои онлайн, барномаҳои таҳлили маркетингӣ ва шабакаҳои иҷтимоӣ истифода баранд. Ин ба онҳо имконият медиҳад, ки маҳсулотро бо сифати баланд ва нархи муносиб пешниҳод кунанд, ки бо талаботи бозор мутобиқ бошад.

Аммо мушоҳида мешавад, ки гуногунҷабҳаи соҳаи кишоварзӣ маънои онро дорад, ки он аз нуқтаи назари нақш ва аҳамияти соҳа дар иқтисодиёти кишвар дорои системаи васеи вазифаҳои иқтисодӣ, иҷтимоӣ, экологӣ ва сиёсӣ мебошад. Илова бар ин, ба даст овардани ҳама гуна натиҷаҳои иҷтимоӣ, экологӣ ва сиёсӣ ба таври ғайримустақим тавассути натиҷаҳои иқтисодӣ ба даст оварда мешавад. Имрӯз фаъолияти бомуваффақияти маркетингии дурусти соҳаи кишоварзӣ ва рақобатпазирии он аз бисёр ҷиҳат аз маблағгузориҳои фаъолияти истеҳсолкунандагони маҳсулоти кишоварзӣ аз истифода аз технологияҳои муосир, аз ҷумла платформаҳои интернетӣ ва таҳлилҳои рақамӣ, талаботи бозор, стратегияҳои маркетингӣ вобаста аст.

Бинобар ин унвонҷӯ дар диссертатсияи худ роҳҳои ҳалли ин масъаларо арзёбӣ намудааст. Ба ақидаи ӯ раванду усулҳои асосноки илмию амалӣ барои аз байн бурдани ин мушкилот асос шуда метавонанд. Пешниҳоди ҷорӣ кардани концепсияи маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ метавонад ба баланд бардоштани ҳаҷми фурӯш, беҳтар кардани сифати маҳсулот ва дастрасӣ ба бозорҳои нав таъсири мусбат мерасонад. Натиҷаҳои таҳлили нишондиҳандаҳои даромаднокии маҳсулот

дар соҳаи кишоварзӣ имконият медиҳанд, хулосаи зерин бароварда шавад: Низоми лозимаи дастгирии молиявӣ барои кишоварзон ба кам кардани монеаҳо дар роҳҳои рушди соҳа кумак мекунад, асос мебошад.

Ин гуфтаҳо бо нишондодҳои рақамӣ, ки дар диссертатсия оварда шудаанд, тасдиқи худро ёфтаанд.

Унвончӯ яке аз роҳҳои расидан ба рушди самараноки маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ, истифодаи технологияҳо ва таҷҳизотҳои нав, таҳкими ҳамкориҳо бо бахши хусусӣ ва ҳамоҳангсозии ҳамаи заминаҳо дар соҳа зарур аст, пешниҳод намудааст.

Ба ақидаи унвончӯ бояд як барномаи стратегӣ барои рушди маркетинги соҳаи кишоварзӣ таҳия гардад. Барномаи мазкур бояд на танҳо ба бозори дохилӣ, балки ба бозорҳои байналмилалӣ, аз ҷумла кишварҳои ҳамсоя ва бозорҳои содиротӣ нигаронида шавад. Ҳамчунин, ин барнома бояд механизмҳои молиявӣ барои дастгирии соҳаи кишоварзӣ, аз ҷумла қарзҳои имтиёзнок ва субсидияҳо барои истеҳсолкунандагон ва фермерон таъмин кунад. Ҳадафи асосӣ бояд таъсиси заминаи ҳуқуқӣ ва сиёсати кооператсия дар соҳаи комплекси агросаноатӣ бошад.

Ба ақидаи муаллиф таҳлили дар боло овардашуда имкон медиҳад, ки хулосаҳои муҳими зеринро ба даст оварем: барои афзоиши ҳаҷми содирот, ҷумҳурӣ бояд ба таҳияи барномаҳои содиротӣ таваҷҷӯҳ зоҳир кунад ва ба беҳтар кардани маркетинги маҳсулот дар бозорҳои хориҷӣ кумак расонад. Бо истифода аз таҷрибаи кишварҳои пешрафта, механизми содироти маҳсулоти кишоварзӣ ва маркетингкунони онҳо ба таври самаранок ба роҳ монда шавад.

Ҳамин тариқ, рушди соҳаи маркетинги кишоварзӣ дар Тоҷикистон танҳо бо ҳамкориҳои мутақобила байни бахши хусусӣ, давлат ва ҷомеаи шаҳрвандӣ мумкин аст. Давлат дар ҳамкорӣ бояд якҷо бо корхонаҳои хусусӣ ва созмонҳои ғайритиҷоратӣ барои таҳкими инфрасохтори

кишоварзӣ ба фермерон кумак намоянд. Ин ҳамкориҳо бояд дар асоси барномаҳо роҳандозӣ гардида, барои амалӣ гардидани барномаҳо дар соҳаи кишоварзӣ ва маркетинг шаванд.

Кори диссертатсионии мазкур барои пешрафти иқтисодиёти кишвар даричаҳои бозомӯзию роҳандозии усулҳои навини муосирро манзур менамояд. Тамоми ақидаю фикррониҳо, пешниҳоду усулҳои татбиқпазир дар натиҷаи таҳлили мӯшфиқонаи унвончӯ дар мисоли фаъолияти корхонаҳои кишоварзии Ҷумҳурӣ оварда шудаанд. Аз ин лиҳоз, унвончӯ бо назардошти тадқиқоту хулосабарориҳои асосноки худ пешниҳод менамояд, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бо мақсади рушди устувори рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ усулу методҳои навини инноватсионӣ мавриди истифода қарор дода шаванд. Натиҷагириҳои ин раванд аз ҷониби унвончӯ нишон дода шудаанд ва ин гуфтаҳо боэътимоду боварибахшанд. Зеро маълумоту иттилооти ин кори илмӣ дар асоси ҳисоботи омории расман эътирофшудаи Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва филиалҳои он, қонунгузорӣ ва санадҳои меъёрӣ-ҳуқуқии кишвар, маводҳои Вазорати кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон, Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон, Вазорати саноат ва технологияи нави Ҷумҳурии Тоҷикистон, Агентии стандартизатсия, метрология, сертификатсия ва назироти савдои назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон, тадқиқотҳои монографии олимони ватанию хориҷӣ, ҳисоботҳои корхонаҳои кишоварзӣ, инчунин маводҳои сайтҳои дар ин самт таҳлилшудаи интернетӣ оварда шудаанд.

Тавсияву хулосабарориҳои диссертатсия самараи меҳнати олимони тоҷику рус ва берунмарзӣ буда, имрӯзҳо татбиқ шуда истодаанд.

Кори диссертатсионии Азизода Маҳваш Абдулҳаким дар мавзӯи “Идоракунии фаъолияти маркетинг дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон” мутобиқ ба талаботи муқарраршуда дар сатҳи зарурӣ

тарҳрезӣ гардида, зимни матраҳнамоии мавзӯро роҳҳои ҳалли масъалаҳои он ба василаи татбиқи усулҳои навини муосир хеле хуб нишон дода шудааст ва дар маҷмӯи кори илмӣ томо ташкил медиҳад.

Кори илмӣ мазкур ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯ буда, ба қорҳои илмӣ (диссертатсияҳо) - и ихтисоси 08.00.10 – Менеджмент, маркетинг ва наҳгузорӣ (маркетинг) мувофиқат мекунад ва онро мавриди муҳокимаи умум қарор додан мумкин аст.

Роҳбари илмӣ:  
номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсент,  
муовини директор оид ба илм,  
таълим ва тайёр кардани кадрҳои  
илмӣ Институти иқтисодиёт ва  
таҳқиқи системавии рушди  
кишоварзии АИКТ

02.10.25



Ш. Т. Одиназода