

«Тасдиқ мекунам»

Ректори Донишгоҳи

аграрии Тоҷикистон ба номи

Шириншоҳ Шохтемур,

д.т.к., профессор

Махмадёрзода У.М.

27 соли 2026



ТАҚРИЗИ

муассисаи пешбар ба диссертатсияи Азиззода Махваш Абдулҳаким дар мавзуи «Идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон», барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 -Маркетинг)

1. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисосҳо ва самтҳои илм, ки аз рӯи онҳо диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст.

Диссертатсияи Азиззода Махваш Абдулҳаким дар мавзуи “Идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон” барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ ба бандҳои зерини Шиносномаи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг): 3. Асосҳои назариявӣю методологии таҳқиқоти маркетингӣ. Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг. Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти маркетингии бозорҳои молу хизматрасониҳо; 5. Таҷрибаи кишварҳои хориҷӣ оид ба ташкили маркетинг ва истифодаи он дар ширкатҳои саноатӣю тижоратӣю ватанӣ; 7. Низомҳои муосири маркетингӣ. Ташаккул ва рушди низомҳои ҳамгирои иттилоотӣю маркетингӣ. Сарчашмаҳои иттилоотӣю маркетингӣ; 12. Раванди коркарди нақшаи ҷорӣ ва стратегияи маркетинг. Мониторинг ва бенчмаркинг. Механизми коркарди барномаҳои маркетингӣ, методҳои қабул ва амалигардонии онҳо; 15. Арзёбии рақибон ва истеъмолгарон, истифодаи он дар раванди тақомули фаъолияти маркетингии ташкилот; 18. Асосҳои маркетингии баланд бардоштани рақобатпазирии молҳо,

ташкilot, стратегия ва тактикаи пешбурди муборизаи рақобатӣ мувофиқат мекунанд.

2. Мубрами мавзуи таҳқиқот.

Дар шароити рушди муносибатҳои бозорӣ дар соҳаи кишоварзӣ зарурати ҷорӣ намудани усулҳои муосири идоракунии ва мутобиқсозии фаъолияти истеҳсоли ба талаботи бозор бештар мегардад. Яке аз самтҳои муҳими ин раванд истифодаи маркетинг ҳамчун воситаи самараноки ҳамохангсозии манфиатҳои истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагон мебошад. Маҳз талабот ва афзалиятҳои истеъмолкунандагон бояд асоси қабули қарорҳои идоракунии, банақшагирии истеҳсолот ва ташкили фуруши маҳсулотро ташкил диҳанд.

Рушди иқтисоди бозорӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои ташаккули муҳити нави фаъолияти соҳибкорӣ ва густариши муносибатҳои маркетингӣ дар баҳши аграрӣ имкониятҳои васеъ фароҳам овардааст. Бо вуҷуди ин, таҷрибаи солҳои охир нишон медиҳад, ки сатҳи самаранокии фаъолияти хоҷагидорӣ на танҳо аз дастрасии захираҳо, балки аз мавҷудияти низоми муқаммалӣ идоракунии ва механизмҳои бозорӣ вобаста мебошад.

Яке аз масъалаҳои муҳими соҳа нокифоя будани заминаҳои назариявӣ методологии ташкили маркетинги аграрӣ мебошад. То ҳол масъалаҳои таҳияи стратегияҳои маркетингӣ, банақшагирии фаъолияти бозорӣ, омӯзиши талаботи истеъмолкунандагон ва баҳодиҳии натиҷаҳои иқтисодии ҷорабиниҳои маркетингӣ ба таври кофӣ ҳаллу ҷасл нашудаанд. Ин ҳолат имконияти истифодаи пурраи иқтидори истеҳсолии қорхонаҳоро маҳдуд намуда, рақобатпазирии онҳоро дар бозор қоҳиш медиҳад.

Дар баробари ин, тағйироти сохторӣ дар комплекси агросаноатӣ талаб менамоянд, ки усулҳои нав ва самараноки арзёбии фаъолияти маркетингӣ таҳия ва татбиқ қарда шаванд. Таъмини робитаи зич миёни истеҳсолот, бозор ва истеъмолкунандагон метавонад ба баланд гардидани

даромаднокии корхонаҳо, беҳтар шудани сифати маҳсулот ва рушди устувори соҳаи кишоварзӣ мусоидат намояд.

Аз ин рӯ, ташаккул ва такмили низоми агромаркетинг ҳамчун яке аз омилҳои муҳими баланд бардоштани самаранокии фаъолияти комплекси агросаноатӣ аҳамияти калони илмӣ ва амалӣ дошта, барои таъмини рушди устувори иқтисодиёти аграрӣ шароити мусоид фароҳам меорад.

Бо дарназардошти мавҷудияти масъалаҳо ва мушкилоти ҳалталаб, диссертатсияи Азиззода Маҳваш Абдулҳаким дар мавзуи «Идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон» ҳамчун таҳқиқоти илмӣ мустақил ва дорои аҳамияти назариявӣю амалӣ арзёбӣ мегардад. Дар он роҳҳои нави ҳалли масъалаҳои муҳими марбут ба ташаккул ва такмили низоми идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи аграрӣ пешниҳод гардидаанд.

Камбудиҳо ва норасоии таҳқиқоти ҳамаҷонибаи ҷанбаҳои назариявӣ, методологӣ ва амалии идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар шароити тағйирёбии муносибатҳои иқтисодии муосир зарурати интихоби мавзуи мазкурро муайян намуда, аҳамияти мақсад ва вазифаҳои гузошташудаи таҳқиқоти илмиро асоснок менамояд.

3. Дарачаи наwgонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуқтаҳои илмие, ки барои ҳимоя пешниҳод мешаванд

Таҳқиқоти диссертатсионии мазкур ба муайян намудани ҷанбаҳои назариявӣ ва методологӣ инкишоф ва идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ бахшида шуда, таҳқиқоти муҳим ва саривақтиест, ки ҳам арзиши назариявӣ ва ҳам амалӣ дорад. Арзёбии дараҷаи асоснокии хулосаҳо ва натиҷаҳои илмӣ дар диссертатсия пешниҳодшуда марҳилаи муҳим дар муайян кардани аҳамияти илмӣ он ва саҳми доvtалаб дар роҳҳои асосии идоракунии фаъолияти маркетингӣ ва баланд бардоштани самаранокии соҳаи кишоварзӣ мебошад. Дар таҳқиқот асосҳои назариявӣ ва моҳияти иқтисодии маркетинг, гурӯҳбандии таснифоти омилҳои

ташаккулдиҳандаи стратегияи рушди фаъолияти маркетингӣ, ҷойгоҳ ва нақши танзими давлатӣ дар таъмини стратегияи устувори рушди маркетинги кишоварзии ҷумҳурӣ, роҳҳо ва механизмҳои баҳодихии ҳамаҷонибаи маркетинг аниқ муайян карда шудаанд. Асоснокии муқаррароти назариявӣ ҷанбаҳои асосии таҳлили бозор, стратегияи нархгузорӣ, роҳҳои реклама ва тарғиб, инноватсия ва технология, брендинг ва шиносоии маҳсулот ва самаранок истифода бурдани онҳо дар соҳа бо мантиқи пайдарпайи изҳорот, далелҳои хулосаҳо ва истинодҳо ба манбаъҳои бонуфуз тасдиқ карда мешавад.

Хулосаҳои илмӣ дар диссертатсия пешниҳодшуда аз таҳлили маълумоти назариявӣ, методологӣ ва омӯрӣ бармеоянд. Муаллиф хулосаҳои возеҳ ва асоснокро дар бораи ҳолати имрӯзаи идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ, инчунин навосии рафтори истеъмолкунандагон, интиҳоб ва тавсеа додани дастовардҳо ба бозор баён намуда, мушкилот ва ихтилофоти асосиро муайян намуда, роҳҳои асосӣ ва механизмҳои мукамалгардонии равандҳои истеҳсол, тақсимот ва фурӯши маҳсулоти кишоварзиро муайян месозад. Пешниҳодҳои таҳиякардаи муаллиф хусусияти мушаххас ва амалӣ доранд, ки ба ҳалли мушкилоти баланд бардоштани самаранокии истифодабарии маркетинг дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон нигаронида шудаанд.

Дар диссертатсия ҷанбаҳои назариявӣ ва амалии идоракунии босамараи фаъолияти маркетинг дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳқиқ гардида, тавсияҳои илман асоснокгардида пешниҳод карда шудааст. Ба назари мо наwgонии илмӣ таҳқиқоти диссертационӣ аз асоснок кардани асосҳои илмӣ маҷмуи тавсияҳои назариявӣ ва амалӣ оид ба ҳтарсозии равандҳои маркетингии истеҳсолоти соҳаи кишоварзӣ ва оmodасозии тавсияҳои илмӣ-методӣ ҷихати рушди рақамикунонии маркетинг ва тақмил додани механизмҳои татбиқи он дар субъектҳои иқтисодии бахши аграрӣ иборат мебошад.

Ба ҳимоя аз ҷониби муаллиф наwgониҳои зерини аҳамияти илмӣ-назариявӣ ва амалидошта оид ба самтҳои асосии рушди маркетинг ва самаранокии истифодаи он дар субъектҳои иқтисодӣ аграрӣ пешниҳод гардидаанд:

– омӯзиши назариявӣ ва таҳлили раvандҳои маркетинг такмил дода шуда, тавсияҳои илмӣ ҷиҳати муайян намудани мутақобила байни тамоюли истеъмол ва дараҷаи рушди маркетинги рақамии соҳа пешниҳод гардидаанд. Илова бар ин омилҳои калидии муайянкунандаи тағйирёбии муносибати истеъмолкунандагон дар муҳити иқтисодии муосир ошкор гардида, таҳлили мушкилоти асосӣ дар рушди маркетинг, ҳамзамон, арзёбии комплекси систематикӣ оид ба принципҳои усулҳои раvандҳои идоракунии маркетинг ва омӯзиши механизмҳои мураккаби ташаккули он дар муҳити иқтисодии муосир бо мақсади таҳкими рақобатпазирӣ ва самаранокии соҳаи кишоварзӣ муайян карда шудаанд;

– диссертант арзёбии маҷмуавии ҳолат ва динамикаи бозори озуқавориро аз нуқтаи назари маркетинг анҷом дода, омилҳои асосии таъсиррасон ба раvандҳои рушди соҳаи кишоварзӣ муайян ва гурӯҳбандӣ намудааст. Натиҷаҳои таҳқиқот нишон медиҳанд, ки арзиш ва аҳамияти баланди иҷтимоиву иқтисодии кишоварзӣ муҳим буда, нақши он дар таъмини амнияти озуқаворӣ, рушди бозори устувор ва беҳтар гардидани некуаҳволии аҳоли аз дидгоҳи маркетинг шарҳ дода шудааст, инчунин, вобастагии мутақобилаи рушди бозори озуқаворӣ ва механизмҳои маркетингӣ дар шароити иқтисоди бозорӣ исботи илмӣ ёфтааст;

– дар асоси системаи барномавӣ диссертант таҳлили ҳамаҷонибаи фаъолияти маркетинги корхонаҳои кишоварзиро гузаронида, аз он ҷумла равишҳои муосир ва инноватсионӣ барои таҳкими рақобатпазирӣ ва мутобиқшавӣ ба талаботи бозорро муайян кардааст. Усули муҳимми стратегӣ, ки таҳкими робитаҳо бо истеъмолкунадагонро ба беҳтарсозии маҳсулотро таъмин мекунад, нақши калидӣ дар рушди маркетинг ва

устувории иқтисоди корхонаҳоро дорад, асос ёфтааст. Инчунин истифодаи технологияҳои иттилоотӣ ва моделҳои таҳлили маркетинг дар таҳияи стратегияҳои барномасозӣ имкон медиҳад, ки корхонаҳои кишоварзӣ дар муҳити рақобатпазир ва тағйирёбандаи бозор қадамҳои муассир ва саривақтиро амалӣ созанд, пешниҳод гардиданд;

– яке аз наwgониҳои муҳими аз ҷониби унвонҷӯ пешниҳодшуда, таҳияи чорабиниҳои стратегияҳои маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ бо дарназардошти омилҳои иҷтимоӣ, иқтисодӣ ва иқлимӣ мебошад ва механизмҳои амалигардонии воситаҳои муосири маркетингиро таҳлил намуда, тавсияҳои мушаххас оид ба рақобатпазирӣ маҳсулоти кишоварзӣ ва васеъ намудани имкониятҳои содиротии он пешниҳод гардиданд ва самтҳои асосии роҳҳои такмил додани идоракунии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ асоснок гардонидани шуда, усулҳои нави идоракунии маркетинг пешниҳод шуданд, инчунин, беҳсозии раванди қабули идора, ба дурнамои тақозо ва танзими мутавозинии арза пешниҳод дар бозори маҳсулоти кишоварзӣ пешниҳод гардидааст.

4. Саҳми илмӣ доvtалаб дар ҳалли масъалаи илмӣ ё коркарди муаммоҳои илмӣ бо арзёбии аҳамияти он

Саҳми шахсии доvtалаб дар таҳқиқот. Дар тамоми марҳилаҳои иҷрои таҳқиқоти илмӣ, аз ҷумла интихоби мавзӯ, муайян намудани мубрамият, таҳияи мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, инчунин ҷамъоварӣ ва таҳлили маводи зарурӣ, саҳми мустақими муаллиф гузошта шудааст. Саҳми муаллиф дар такмили шарҳи назариявии мафҳуми фаъолияти маркетингӣ ҳамчун унсури муҳими идоракунии иқтисодӣ, муайян намудани хусусиятҳои ташаккул ва рушди низоми маркетингӣ дар корхонаҳои кишоварзӣ, таҳияи самтҳои асосии такмили механизми идоракунии фаъолияти маркетингӣ ва пешниҳод намудани роҳҳои баланд бардоштани самаранокии истифодаи воситаҳои маркетингӣ ифода меёбад.

Муаллиф вазъи муосири фаъолияти маркетинги дар корхонаҳои кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиш ва таҳлил қарор дода, омилҳои таъсиррасон ба самаранокии идоракунии маркетинг, мушкилоти мавҷуда ва имкониятҳои рушди минбаъдаи онро муайян намудааст. Натиҷаҳои таҳқиқот дар шакли хулосаҳо, пешниҳодҳои илмӣ-амалӣ ва мақолаҳои илмӣ нашр гардида, барои тақмили идоракунии фаъолияти маркетинг дар бахши аграрӣ аҳамияти амалӣ доранд. Бояд гуфт, ки натиҷаи илмӣ бадастомадаи диссертатсияи Азиззода М. А. метавонад хангоми таҳияи ҷанбаҳои назариявӣ, методологӣ ва амалии тақмили самтҳои асосии механизми ташаккул ва фаъолияти сохтори хизматрасонии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ истифода шавад.

5. Натиҷаҳои мушаххаси илмӣ (бо нишон додани нағзӣ, аҳамияти илмӣ ва амалии онҳо), ки барои он ба доғталаб додани дараҷаи илмӣ дархостшаванда мумкин аст

Сохтор ва ҳаҷми диссертатсия мантиқ, тартиби таҳқиқот ва алгоритми ҳалли масъалаҳои гузошташударо инъикос мекунад. Диссертатсия аз муқаддима, се боб, хулоса ва номгӯи адабиёти илмӣ, ки 131 сарчашмаро дар бар мегирад, иборат аст. Рисола дар 194 саҳифаи матни компютери пешниҳод гардида, аз 10 расм ва 28 ҷадвал иборат аст.

Дар муқаддима мубрамӣ ва зарурати баргузории таҳқиқ асоснок қарда шуда, тавсифи умумии таҳқиқ таҳия гардида, нуқтаҳои ҳимояшавандаи диссертатсия ва истифодаи натиҷаҳои он қушода шудаанд (с. 4-14).

Боби якуми диссертатсия «Заминаҳои назариявии низоми идоракунии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» номгузори шуда, дар он дар асоси омӯзиши адабиёти илмӣ ва асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ мафҳум, моҳият ва аҳамияти иқтисодии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ таҳлил гардида, асосҳои назариявии рушди маркетинг, тамоюлҳои тағйирёбии талабот ва истеъмоли маҳсулоти озукаворӣ, инчунин

хусусиятҳои идоракунии маркетинг дар истеҳсолоти кишоварзӣ баррасӣ карда шудаанд.

Дар зербоби 1.1 диссертатсия «Асосҳои концептуалии рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» унвонҷӯ назария ва ақидаҳои олимони ватанӣ ва хориҷиро оид ба моҳияти иқтисодии маркетинг, нақш ва аҳамияти он дар рушди соҳаи кишоварзӣ ҷамъоварӣ намуда, таҳлил кардааст. Муаллиф қайд менамояд, ки маркетинг дар шароити иқтисоди бозорӣ ҳамчун воситаи муҳими ташаккули муносибатҳои истеҳсоли ва бозорӣ баромад намуда, барои мутобиқ намудани истеҳсолот ба талаботи бозор, баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулот ва таъмини самаранокии фаъолияти корхонаҳои кишоварзӣ мусоидат менамояд. Дар ин зербоб асосҳои назариявии ташаккул ва рушди маркетинг, хусусиятҳои хоси маркетинги кишоварзӣ ва таснифоти унсурҳои асосии низоми маркетингӣ таҳлил гардидаанд (с.15–32).

Дар зербоби 1.2 диссертатсия «Тамоюлҳо дар истеъмоли маҳсулоти озуқаворӣ ва рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» унвонҷӯ равандҳои тағйирёбии талаботи истеъмолкунандагон, хусусиятҳои бозори маҳсулоти озуқаворӣ ва таъсири онҳо ба рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзиро мавриди таҳлил қарор додааст. Муаллиф дуруст қайд менамояд, ки дар шароити муосири бозорӣ самаранокии фаъолияти истеҳсолкунандагони маҳсулоти кишоварзӣ на танҳо аз ҳаҷми истеҳсолот, балки аз қобилияти онҳо барои омӯзиши талаботи бозор, ташкили фурӯш, муайян намудани сиёсати нархгузорӣ ва истифодаи усулҳои муосири пешбурди маҳсулот вобаста мебошад. Дар ин қисмати таҳқиқот омилҳои асосии таъсиррасон ба рушди маркетинг, мушкилоти ташаккули бозори маҳсулоти кишоварзӣ ва роҳҳои баланд бардоштани самаранокии низоми маркетингӣ пешниҳод гардидаанд (с.32–49).

Дар зербоби 1.3 «Идоракунии маркетинг дар истеҳсолоти маҳсулоти кишоварзӣ ва рафти ташаккули он» унвонҷӯ масъалаҳои назариявӣ ва

амалии идоракунии маркетингро дар соҳаи кишоварзӣ мавриди таҳқиқ қарор додааст. Муаллиф моҳият ва нақши идоракунии маркетингро ҳамчун унсури муҳими низоми идоракунии корхонаҳои кишоварзӣ баррасӣ намуда, нишон медиҳад, ки дар шароити иқтисоди бозорӣ самаранокии фаъолияти истеҳсолкунандагон аз сатҳи мутобиқшавии онҳо ба талаботи бозор ва истифодаи усулҳои муосири маркетинг вобастагии зиёд дорад.

Дар ин зербоб хусусиятҳои идоракунии маркетинг дар истеҳсолоти кишоварзӣ бо назардошти омилҳои мавсимӣ, таъсири шароити табиӣ ва тағйирёбии талаботи бозор таҳлил гардидаанд. Диссертант қайд менамояд, ки истифодаи самаранокии воситаҳои маркетингӣ барои омӯзиши бозор, муайян намудани талаботи истеъмолкунандагон, интихоби стратегияҳои муносиби фурӯш ва баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ аҳамияти муҳим дорад.

Муаллиф раванди ташаккул ва рушди идоракунии маркетингро таҳлил намуда, марҳилаҳои асосии тақомули концепсияҳои маркетингӣ ва татбиқи онҳоро дар фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ соҳаи кишоварзӣ баррасӣ кардааст. Ҳамчунин нақши идоракунии маркетинг дар рушди бозорҳои маҳсулоти кишоварзӣ, беҳтар намудани сифати маҳсулот, васеъ намудани бозорҳои фурӯш ва баланд бардоштани самаранокии фаъолияти истеҳсолкунандагон асоснок карда шудааст.

Дар натиҷаи таҳқиқот диссертант ба хулоса меояд, ки идоракунии маркетинг ҳамчун воситаи муҳими ҳамоҳангсозии истеҳсолот бо талаботи бозор баромад намуда, барои рушди устувори соҳаи кишоварзӣ, таҳкими рақобатпазирии маҳсулоти ватанӣ ва таъмини амнияти озукавории кишвар заминаи мусоид фароҳам меорад (с.49–65).

Боби дуюми диссертатсия «Асосҳои иҷтимоию иқтисодӣ ва барномавии фаъолгардонии фаъолияти маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» номгузорӣ шуда, ба таҳлили вазъии бозори озукавории минтақавӣ, арзёбии фаъолияти иқтисодии корхонаҳои кишоварзӣ ва асоснок намудани самтҳои

такмили фаъолияти маркетингӣ баҳшида шудааст. Дар ин боб масъалаҳои марбут ба рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ, талаботи истеъмолкунандагон, рақобатпазирии корхонаҳо ва роҳҳои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингӣ мавриди омӯзиш ва таҳлил қарор гирифта, баҳо дода шудааст (с.66-120).

Дар зербоби 2.1 «Вазъи бозори озуқаворӣ минтақавӣ аз мавқеи маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» муаллиф вазъи кунунии бозори озуқавориро аз нуқтаи назари маркетинг таҳлил намуда, хусусиятҳои ташаккули талабот ва пешниҳод, сатҳи таъминоти бозор бо маҳсулоти кишоварзӣ ва нақши фаъолияти маркетингиро дар рушди бозор муайян кардааст. Ҳамчунин омилҳои таъсиррасон ба рушди бозори озуқаворӣ ва имкониятҳои истифодаи воситаҳои маркетингӣ барои беҳтар намудани фаъолияти истеҳсолкунандагон баррасӣ гардидаанд.

Дар асоси маълумоти болозикр, муаллиф дар зербоби 2.1 вазъи бозори озуқаворӣ минтақавиро аз мавқеи маркетинг таҳлил намуда, хусусиятҳои ташаккули талабот ва пешниҳод, сатҳи таъминоти аҳоли бо маҳсулоти озуқаворӣ ва нақши фаъолияти маркетингиро дар рушди бозори кишоварзӣ муайян кардааст. Натиҷаҳои таҳқиқот нишон медиҳанд, ки рушди самараноки бозори озуқаворӣ аз сатҳи ташкили фаъолияти маркетингӣ, омӯзиши мунтазами конъюнктураи бозор ва мутобиқ намудани истеҳсолот ба талаботи истеъмолкунандагон вобастагии зиёд дорад. Муаллиф омилҳои асосии таъсиррасон ба рушди бозори маҳсулоти кишоварзиро ошкор намуда, самтҳои такмили фаъолияти маркетингиро ҷиҳати беҳтар намудани робитаи байни истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагон асоснок кардааст. Ҳамзамон, аҳамияти истифодаи воситаҳои муосири маркетингӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ ва таъмини рушди устувори бозори озуқаворӣ нишон дода шудааст (с. 66–87).

Дар зербоби 2.2 «Арзёбии вазъи иқтисоди корхонаҳои кишоварзӣ ва афзалиятҳои истеъмоли ҳамчун заминаи истеҳсоли барои рушди фаъолияти маркетинг» диссертант нишондиҳандаҳои иқтисодии фаъолияти корхонаҳои кишоварзиро таҳлил намуда, сатҳи самаранокии истеҳсолот ва имкониятҳои рушди онҳоро арзёбӣ кардааст. Ҳамзамон афзалиятҳои истеъмолкунандагон, тағйирёбии талабот ба маҳсулоти озуқаворӣ ва таъсири онҳо ба ташаккули сиёсати маркетингии корхонаҳо мавриди омӯзиш қарор гирифта, заминаҳои асосии рушди фаъолияти маркетингӣ муайян карда шудаанд.

Қайд намудан лозим аст, ки натиҷаҳои бадастовардаи муаллиф дар зербоби 2.2 дорои аҳамияти баланди амалӣ мебошанд, зеро онҳо имконият медиҳанд, ки вазъи иқтисодии корхонаҳои кишоварзӣ ҳамачониба арзёбӣ гардида, омилҳои асосии таъсиррасон ба рушди фаъолияти маркетингӣ муайян карда шаванд. Дар асоси таҳлили афзалиятҳои истеъмолкунандагон ва нишондиҳандаҳои иқтисодии фаъолияти корхонаҳо самтҳои асосии мутобиқсозии истеҳсолот ба талаботи бозор муайян гардида, барои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти истеҳсоли ва тиҷоратии субъектҳои хоҷагидорӣ заминаи мусоид фароҳам оварда шудааст. Пешниҳодҳо ва хулосаҳои муаллиф метавонанд хангоми таҳияи стратегияҳои маркетингӣ, такмили сиёсати истеҳсоли ва фурӯш, инчунин баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ дар бозорҳои дохилӣ ва хориҷӣ мавриди истифода қарор гиранд (с. 88–106).

Дар зербоби 2.3 «Асоси иҷтимоию иқтисодӣ ва барномавӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ ва такмилдиҳии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ» унвонҷӯ дар асоси натиҷаҳои таҳқиқоти назариявӣ ва таҳлили вазъи амалкунандаи соҳа самтҳои афзалиятноки рушди фаъолияти маркетингӣ ва роҳҳои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзиро пешниҳод намудааст. Муаллиф қайд менамояд, ки дар шароити рушди муносибатҳои

бозорӣ ва афзоиши рақобат корхонаҳои кишоварзӣ бояд фаъолияти худро дар асоси талаботи бозор ва эҳтиёҷоти истеъмолкунандагон ба роҳ монанд.

Дар ин замина аз ҷониби муаллиф маҷмӯи чорабиниҳои барномавӣ ҷиҳати такмили низоми маркетинг дар корхонаҳои кишоварзӣ пешниҳод гардидааст, ки онҳо ба баланд бардоштани самаранокии истеҳсолот, беҳтар намудани сифати маҳсулот, васеъ намудани бозорҳои фурӯш ва таҳкими мавқеи рақобатии истеҳсолкунандагони ватанӣ равона шудаанд. Аз ҷумла, масъалаҳои ташкили низоми муосири таҳқиқоти маркетингӣ, омӯзиши мунтазами конъюнктураи бозор, пешгӯии талабот ба маҳсулоти кишоварзӣ ва такмили сиёсати нархгузорӣ мавриди баррасӣ қарор гирифтаанд.

Ҳамчунин, унвонҷӯ зарурати рушди инфрасохтори маркетингии соҳаи кишоварзиро асоснок намуда, ба такмили шабакаҳои фурӯш, ташкили марказҳои иттилоотӣ машваратӣ, истифодаи технологияҳои рақамӣ ва васеъ намудани имкониятҳои таблиғ ва пешбурди маҳсулоти кишоварзӣ таваҷҷуҳи махсус зоҳир кардааст. Ба андешаи муаллиф, истифодаи чунин механизмҳо метавонад робитаи байни истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагонро мустаҳкам намуда, барои коҳиш додани хароҷоти муомилот ва баланд бардоштани самаранокии фаъолияти бозорӣ мусоидат намояд.

Дар зербоб инчунин роҳҳои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ тавассути беҳтар намудани сиёсати маҳсулот, баланд бардоштани сифати маҳсулоти истеҳсолшаванда, ҷорӣ намудани технологияҳои инноватсионӣ ва мутобиқ намудани истеҳсолот ба талаботи бозор пешниҳод гардидаанд. Зимни таҳқиқот муаллиф қайд менамояд, ки татбиқи чорабиниҳои пешниҳодшуда метавонад барои афзоиши ҳаҷми фурӯш, баланд шудани даромаднокии корхонаҳо ва беҳтар гардидани мавқеи онҳо дар бозорҳои дохилӣ ва хориҷӣ заминаи мусоид фароҳам оварад.

Дар натиҷа унвонҷӯ ба хулоса меояд, ки татбиқи маҷмӯи чорабиниҳои барномавии пешниҳодгардида барои такмилдиҳии фаъолияти маркетингӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ аҳамияти муҳим дошта, метавонад ба рушди устувори соҳаи кишоварзӣ, баланд гардидани самаранокии истеҳсолот, беҳтар шудани таъминоти бозор бо маҳсулоти ватанӣ ва таҳкими амнияти озуқаворӣ кишвар мусоидат намояд (с.106–120).

Боби сеюми диссертатсия «Идоракунии самтҳои афзалиятноки рушди фаъолияти маркетингии хоҷагиҳои кишоварзӣ дар бозори озуқаворӣи Ҷумҳурии Тоҷикистон» номгузорӣ шуда, ба таҳияи пешниҳодҳои илмӣ ва амалӣ оид ба такмили фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ, муайян намудани самтҳои стратегӣи рушди бозори озуқаворӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ бахшида шудааст. Дар боб дар асоси таҳлили вазъи бозори озуқаворӣи ҷумҳурӣ, имкониятҳои истеҳсолии соҳаи кишоварзӣ ва тамоюлҳои рушди бозор самтҳои афзалиятноки рушди фаъолияти маркетингӣ муайян гардида, механизмҳои такмили идоракунии маркетинг дар сатҳи корхонаҳои кишоварзӣ пешниҳод шудаанд (с. 121–170).

Дар зербоби 3.1 «Дурнамои рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: таҳлили омилҳои таъсиррасон ва имкониятҳои афзоиши истеҳсоли тухм ва гӯшт» унвонҷӯ вазъи кунунӣ ва дурнамои рушди бозори маҳсулоти кишоварзиро мавриди таҳлили амиқ қарор додааст. Муаллиф омилҳои асосии таъсиррасон ба рушди бозори озуқаворӣ, аз ҷумла афзоиши аҳоли, тағйирёбии талабот ба маҳсулоти озуқаворӣ, сатҳи даромади аҳоли, имкониятҳои истеҳсолии хоҷагиҳои кишоварзӣ ва таъсири омилҳои берунаро таҳлил намудааст. Дар натиҷаи таҳқиқот муайян шудааст, ки дар шароити муосир таъмини бозори дохилӣ бо маҳсулоти истеҳсоли ватанӣ яке аз масъалаҳои муҳими рушди соҳаи кишоварзӣ мебошад.

Дар ин замина муаллиф имкониятҳои афзоиши истеҳсоли тухм ва ғуштро ҳамчун маҳсулоти муҳими озукаворӣ арзёбӣ намуда, нишон медиҳад, ки Ҷумҳурии Тоҷикистон дорои имкониятҳои воқеӣ барои зиёд намудани ҳаҷми истеҳсоли ин намуди маҳсулот мебошад. Ҳамзамон омилҳои маҳдудкунандаи рушди истеҳсолот, аз ҷумла сатҳи нокифояи инфрасохтори бозорӣ, мушкилоти таъминот бо захираҳои истеҳсолӣ, маҳдудияти дастрасӣ ба бозорҳои фурӯш ва сатҳи пасти истифодаи воситаҳои маркетингӣ ошкор карда шудаанд. Дар асоси таҳлил муаллиф самтҳои афзалиятноки рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ ва роҳҳои баланд бардоштани самаранокии истеҳсолотро пешниҳод менамояд (с. 121–138).

Дар зербоби 3.2 «Нақши Стратегияҳои маркетингӣ дар рушди фаъолияти соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон» диссертант масъалаҳои ташаккул ва татбиқи стратегияҳои маркетингиро ҳамчун омилҳои муҳими рушди соҳаи кишоварзӣ таҳқиқ кардааст. Муаллиф асоснок менамояд, ки дар шароити рақобати бозорӣ истифодаи стратегияҳои маркетингӣ барои мутобиқ намудани истеҳсолот ба талаботи бозор, баланд бардоштани сифати маҳсулот ва беҳтар намудани мавқеи рақобатии истеҳсолкунандагон аҳамияти хос дорад.

Дар ин қисмати таҳқиқот самтҳои асосии сиёсати маркетингӣ, аз ҷумла стратегияи маҳсулот, стратегияи нархгузорӣ, стратегияи тақсимот ва стратегияи коммуникатсионӣ мавриди таҳлил қарор гирифтаанд. Муаллиф нишон медиҳад, ки истифодаи маҷмӯи воситаҳои маркетингӣ имконият медиҳад, ки фаъолияти истеҳсолкунандагони кишоварзӣ ба талаботи бозор мутобиқ карда шуда, ҳаҷми фурӯш ва даромаднокии корхонаҳо афзоиш ёбад. Ҳамчунин зарурати рушди маркетинги рақамӣ, истифодаи технологияҳои иттилоотӣ ва густариши шабакаҳои фурӯши маҳсулоти кишоварзӣ асоснок карда шудааст (с. 139–154).

Дар зербоби 3.3 «Такмилдиҳии технологияи идоракунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ дар бозори озукаворӣ» унвонҷӯ механизмҳои такмили низоми идоракунии маркетингро дар фаъолияти корхонаҳои кишоварзӣ пешниҳод намудааст. Муаллиф исбот мекунад, ки самаранокии фаъолияти маркетингӣ аз сатҳи ташкили низоми идоракунӣ, сифати иттилооти бозорӣ ва қобилияти роҳбарият дар қабули қарорҳои асоснок вобастагии зиёд дорад.

Дар ин замина роҳҳои ҷорӣ намудани технологияҳои муосири идоракунии маркетинг, ташкили низоми мониторинги бозор, истифодаи воситаҳои рақамии таҳлили иттилоот, такмили фаъолияти хадмоти маркетингӣ ва баланд бардоштани сатҳи тахассуси мутахассисони соҳавӣ пешниҳод шудаанд. Муаллиф нишон медиҳад, ки татбиқи технологияҳои муосири идоракунии маркетинг метавонад ба беҳтар шудани сифати банақшагирӣ, баланд гардидани самаранокии фаъолияти бозорӣ, коҳиш ёфтани хавфҳои иқтисодӣ ва афзоиши рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ мусоидат намояд.

Дар маҷмӯъ, натиҷаҳои таҳқиқоти боби сеюм аҳамияти баланди амалӣ дошта, татбиқи пешниҳодҳо ва тавсияҳои таҳиянамудаи муаллиф метавонад барои такмили фаъолияти маркетингии хоҷагиҳои кишоварзӣ, баланд бардоштани самаранокии истехсолот, рушди бозори озукавории ҷумҳурӣ ва таҳкими амнияти озукавории кишвар заминаи мусоид фароҳам оварад (с.155–170).

Дар қисмати хулосаи диссертатсия натиҷаҳои асосии таҳқиқ ҷамъбаст ва бо хулосаҳои асосӣ аз ҷиҳати назариявӣ амалӣ асоснок ва тавсияҳои судманд барои рушди ояндаи объекти таҳқиқот пешниҳод карда шудаанд (с. 163 - 169).

6. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳо дар диссертатсия

Дар раванди таҳқиқи масъалаҳои гузошташуда равишҳои методологӣ

ва усулҳои илмӣ интихобнамудаи муаллиф барои омӯзиши ҳамачонибаи равандҳои идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ имконият фароҳам оварданд, ки натиҷаҳои назариявӣ ва амалии самаранок дар самти такмили низоми маркетинг, баланд бардоштани самаранокии фаъолияти истеҳсолӣ ва бозории корхонаҳои аграрӣ ба даст оварда шаванд. Бо истифода аз маҷмӯи усулҳои таҳлилӣ, муқоисавӣ, омӯрӣ ва иқтисодӣ масъалаҳои марбут ба ташаккул, банақшагириӣ ва татбиқи стратегияҳои маркетингӣ дар субъектҳои хоҷагидорӣ соҳаи кишоварзӣ баррасӣ ва асоснок карда шуданд.

Дар диссертатсия асоснок карда шудааст, ки такмили механизми идоракунии фаъолияти маркетингӣ, истифодаи технологияҳои муосири рақамӣ, омӯзиши талаботи бозор ва ташаккули сиёсати самараноки маркетингӣ ба баланд гардидани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ, васеъ намудани имкониятҳои фурӯш ва рушди устувори корхонаҳои аграрӣ мусоидат менамояд.

Дар таҳқиқот пешниҳод шудааст, ки рушди фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ тавассути такмили механизмҳои идоракунӣ, ҷорӣ намудани усулҳои муосири пешбурди маҳсулот, таҳкими робитаи истеҳсолкунанда бо истеъмолкунанда ва истифодаи васеи воситаҳои рақамии маркетингӣ метавонад заминаи муҳими баланд бардоштани самаранокии иқтисодии субъектҳои аграрӣ гардад.

Дарачаи асоснокӣ ва эътимоднокии натиҷаҳои диссертатсия, хулосаҳо ва пешниҳодҳои дар он ироагардида тавассути таҳлили маълумоти омӯрӣ, омӯзиши таҷрибаи корхонаҳои кишоварзӣ, муқоисаи натиҷаҳои таҳқиқот бо манбаъҳои илмӣ, муҳокима дар конференсияҳо, семинарҳои илмӣ ва нашри маводи илмӣ тасдиқ мегардад.

Асоснокии хулосаҳо ва аҳамияти илмӣ пешниҳодҳои таҳқиқот аз истифодаи эҷодкоронаи асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ дар самти рушди назария ва амалияи маркетинг, идоракунии фаъолияти бозорӣ,

баланд бардоштани рақобатпазирӣ ва такмили механизмҳои маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ шаҳодат медиҳад.

7. Аҳамияти илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоии натиҷаҳои диссертатсия бо нишон додани тавсияҳо оид ба истифодаи онҳо

Аҳамияти илмӣ натиҷаҳои диссертатсия. Дар тамоми марҳилаҳои иҷрои таҳқиқоти илмӣ, аз ҷумла интихоби мавзӯ, муайян намудани мубрамиyat, таҳияи мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, инчунин ҷамъоварӣ ва таҳлили маводи зарурӣ, саҳми мустақими муаллиф гузошта шудааст. Саҳми муаллиф дар такмили шарҳи назариявии мафҳуми фаъолияти маркетингӣ ҳамчун унсурҳои муҳими идоракунии иқтисодӣ, муайян намудани хусусиятҳои ташаккул ва рушди низоми маркетингӣ дар корхонаҳои кишоварзӣ, таҳияи самтҳои асосии такмили механизми идоракунии фаъолияти маркетингӣ ва пешниҳод намудани роҳҳои баланд бардоштани самаранокии истифодаи воситаҳои маркетингӣ ифода меёбад.

Муаллиф вазъи муосири фаъолияти маркетингиро дар корхонаҳои кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиш ва таҳлил қарор дода, омилҳои таъсиррасон ба самаранокии идоракунии маркетинг, мушкилоти мавҷуда ва имкониятҳои рушди минбаъдаи онро муайян намудааст. Натиҷаҳои таҳқиқот дар шакли хулосаҳо, пешниҳодҳои илмӣ-амалӣ ва мақолаҳои илмӣ нашр гардида, барои такмили идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар бахши аграрӣ аҳамияти амалӣ доранд. Бояд гуфт, ки натиҷаи илмӣ бадастомадаи диссертатсияи Азиззода М. А. метавонад ҳангоми таҳияи ҷанбаҳои назариявӣ, методологӣ ва амалии такмили самтҳои асосии механизми ташаккул ва фаъолияти сохтори хизматрасонии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ истифода шавад.

Аҳамияти амалии натиҷаҳои диссертатсия. Муқаррароти назариявӣ ва методологӣ оид ба масъалаҳои таҳияи низоми идоракунии фаъолияти самаранокии маркетинг ба рушди комплекси агросаноатии Ҷумҳурии

Тоҷикистон мусоидат намуда, ҳамчун асосҳои назариявӣ ва амалӣ доир ба масоили мазкур мавзӯи баҳси олимон ва коршиносон гарданд.

Натиҷаҳои бадастовардаи муаллиф дар самти муайян намудани самтҳои тақмили идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои кишоварзӣ, интихоби воситаҳо ва усулҳои самараноки маркетингӣ, баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти аграрӣ ва рушди истифодаи технологияҳои муосири маркетингӣ аҳамияти амалии таҳқиқотро ифода менамоянд. Натиҷаҳои таҳқиқот метавонанд дар раванди таҳия ва тақмили барномаҳо, стратегияҳо ва санадҳои меъёрии ҳукукии марбут ба рушди соҳаи кишоварзӣ аз ҷониби ниҳодҳои давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон, аз ҷумла Вазорати кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон ва Вазорати рушди иқтисод ва савдои Ҷумҳурии Тоҷикистон, инчунин аз ҷониби муҳаққиқони ватаниву хориҷӣ ҳангоми омӯзиши масъалаҳои идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар баҳши аграрӣ истифода шаванд.

Аҳамияти иқтисодии таҳқиқот дар тақмили идоракунии фаъолияти маркетингӣ, баланд бардоштани самаранокии истехсолу фурӯши маҳсулоти кишоварзӣ, рушди рақобатпазирӣ ва истифодаи усулҳои муосири маркетингӣ дар корхонаҳои аграрӣ зоҳир мегардад. Натиҷаҳои таҳқиқот метавонанд барои таҳияи стратегияҳои маркетингӣ ва қабули қарорҳои самараноки идоракунӣ истифода шаванд.

Аҳамияти иҷтимоии таҳқиқот дар мусоидат ба рушди устувори соҳаи кишоварзӣ, беҳтар намудани таъминоти бозор бо маҳсулоти босифати аграрӣ, баланд бардоштани сатҳи шуғл ва даромаднокии аҳолии деҳот, инчунин таҳкими неқӯаҳволии иҷтимоии ҷомеа зоҳир мегардад.

8. Нашри натиҷаҳои таҳқиқот дар маҷалаҳои тақризшавандаи илмӣ. Маводҳои интишоршудаи муаллиф, хулосаву пешниҳодҳои дар диссертатсия ҷойдоштаро дар худ инъикос менамояд. Муаллиф аз рӯйи мавзӯи таҳқиқот 24 мақолаи илмиро ба ҷоп расонидааст, ки аз он 6 мақола дар нашрияҳои аз ҷониби КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон

тақризшаванда мебошанд. Натиҷаҳои таҳқиқоти илмӣ дар конфронсҳои илмию назариявӣ ва амалию ҷумҳуриявӣ ба тариқи маърузаҳои илмӣ баён шудаанд.

9. Мутобиқати тахассуси илмии докталаб ба дараҷаи илмӣ

Азиззода Махваш Абдулҳаким мутахассиси варзида дар соҳаи маркетинги кишоварзӣ буда, имконияти мустақилона ҳал кардани масъалаҳои муҳими илмӣ дар ин самт мебошад ва таҳқиқоти диссертатсионии ӯ ба самти тахассуси унвонҷӯ мутобиқ мебошад. Мавзӯи таҳқиқоти диссертатсионӣ, сохтор ва мазмун кори иҷрошуда ба талаботҳои муқараршудаи шиносномаи тахассуси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг), пурра мувофиқат мекунад. Натиҷаҳои илмии бадастовардаи унвонҷӯи дараҷаи илмӣ ба талаботҳои муқараргардида ҷавобгӯ буда, дар ҳолати амалишавӣ натиҷаҳои мусбиро ба бор хоҳад овард.

10. Эроду тавсияҳо ба диссертатсия

Ба сифати эроду тавсияҳо ба диссертатсия чунин нуқтаҳо кайд кардан мумкин аст:

1. Дар диссертатсия масъалаҳои назариявии маркетинг ба таври васеъ баррасӣ гардидаанд, вале саҳми шахсии муаллиф дар тақмили мафҳум ва ё пешниҳоди муносибати нави назариявӣ ба идоракунии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ ба таври кофӣ мушаххас карда нашудааст;

2. Ҳангоми таҳлили вазъи бозори озуқаворӣ ва фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ маълумоти омӯрӣ бештар хусусияти тавсифӣ дошта, истифодаи усулҳои иқтисодӣ-математикӣ ва моделсозӣ барои муайян намудани таъсири омилҳои алоҳида ба рушди фаъолияти маркетингӣ маҳдуд мебошад;

3. Пешниҳодҳои барномавӣ оид ба баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ аҳамияти амалӣ доранд, вале

барои татбики онҳо ҳисобҳои иқтисодӣ, муайян намудани манбаъҳои маблағгузорӣ ва арзёбии самаранокии иқтисодии чорабиниҳои пешниҳодшуда пурра инъикос нагардидаанд;

4. Дар таҳқиқот масъалаҳои истифодаи технологияҳои рақамӣ ва маркетинги электронӣ дар фаъолияти корхонаҳои кишоварзӣ баррасӣ шудаанд, аммо нақши шабакаҳои иҷтимоӣ, платформаҳои рақамии савдо ва технологияҳои муосири иттилоотӣ дар рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ таҳлили амиқи илмӣ нагирифтааст;

5. Муаллиф дар қор аз натиҷаҳои илмии олимони ватании соҳа нисбатан кам истифода намудааст;

6. Дар таҳқиқот омилҳо, усулҳо ва нишондиҳандаҳои баҳодиҳии самаранокии иқтисодии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ мавриди таҳқиқу баррасӣ қарор дода шудааст. Аммо ба фикри мо агар омилҳои ба самаранокии иқтисодии идоракунии фаъолияти маркетинг таъсирбахш ба таври возеҳтар нишон дода мешуданд, ба манфиати қор мебуд.

Қайд кардан зарур аст, ки эродҳои таъкидшуда арзиши мусбӣ ва умумии қори иҷрогардидаро паст намекунад ва хусусияти тавсиявӣ дорад.

11. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Диссертатсияи Азиззода Маҳваш Абдулҳаким дар мавзӯи “Идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон” ба талаботи бандҳои 31, 33, 34 ва 35 Тартиби додани дараҷаи илмӣ (қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон №267, аз 30 июни соли 2021) (минбаъд-Тартиб) ҷавобгӯӣ мебошад. Муқаддима, мубрамии мавзӯи таҳқиқот, дараҷаи таҳқиқоти мавзӯи илмӣ, робитаи таҳқиқот бо барномаҳо (лоиҳаҳо) ва мавзӯҳои илмӣ, мақсади таҳқиқот, вазифаҳои таҳқиқот, объекти таҳқиқот, мавзӯи таҳқиқот, наwgониҳои илмии таҳқиқот, аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот, нуқтаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳо, мутобиқати диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ, саҳми шахсии доwtалаби дараҷаи илмӣ дар таҳқиқот, интишорот аз рӯи мавзӯи диссертатсия, сохтор ва ҳаҷми диссертатсия тибқи муқаррароти Дастурамал оид ба тартиби барасмиятдарории

диссертатсия ва автореферати диссертатсия (қарори Раёсати Комиссия аз 31 марти соли 2022, № 3) таҳия гардида, ба таври мукаммал моҳияти диссертатсияро инъикос менамоянд.

Автореферати диссертатсия тибқи талаботи муқарраргардида барои дарёфти дараҷаи илмҳои иқтисодӣ таҳия гардида, мазмуни асосии таҳқиқотро инъикос менамояд ва дар он натиҷаҳои илмӣ асоснокгардида шарҳи пурраи худро ёфтаанд.

12. Хулосаи ҷамбасти оид ба сазовор донистани довталаб ба дараҷаи илмӣ

Диссертатсияи Азиззода Маҳваш Абдулҳаким дар мавзӯи “Идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон” барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) таҳқиқоти илмӣ-таҳассусии ба итмомрасида буда, ба талаботи муқарраргардидаи Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, № 267 тасдиқ гардидааст, ҷавобгӯ мебошад. Ҳамзамон диссертатсия дорои аҳамияти баланди назариявӣ амалӣ ва навгониҳои илмӣ буда, дар сатҳи баланди илмӣ методологӣ омода гардида, масъалаи муҳими илмӣ ҳалли худро ёфтааст ва муаллифи он Азиззода Маҳваш Абдулҳаким сазовори дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси зикршуда мебошад.

Тақризи муассисаи пешбар дар асоси муқаррароти банди 76-79 ва 81-и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 тасдиқ шудааст, таҳия ва пешниҳод шудааст.

Тақриз аз ҷониби номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шохтемур Ғуломов Хуршед Ҳалимович омода гардидааст.

Тақриз дар ҷаласаи кафедраи маркетинг ва агробизнеси Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шохтемур муҳокима ва тасдиқ

карда шудааст (протоколи № 10-а аз 30 июни соли 2026). Дар чаласа иштирок доштанд: 9 нафар. Натиҷаҳои овоздиҳии кушод: Тарафдор 9-нафар, Зид - нест, Бетараф - нест.

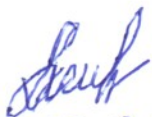
Раиси чаласа:

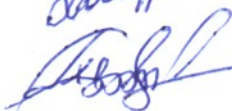
номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсент

Ташхисгар:

номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсент:

Котиби чаласа, омузгори калон

 К. И. Шукуров

 Х. Х. Ғуломов

 М.Б. Андалибова

Имзоҳои Шукуров К.И., Ғуломов Х.Х.
ва Андалибова М.Б.-ро тасдиқ мекунам.

Сардори шӯъбаи таъминоти ҳуқуқӣ ва
кадрҳои Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон
ба номи Шириншох Шохтемур



А. Х. Қурбонзода

Суроға: 734003, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, хиёбони Рӯдакӣ 146,
Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншох Шохтемур Тел.: +992
(37) 224-72-07, факс: (992-37) 224-72-07. E-mail: rectortau31@mail.ru Сомонаи
расмӣ: <http://www.tajagroun.tj>