

Ба Шӯрои диссертациони 6D.KOA-063
назди Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва
сохибқории Тоҷикистон (ш. Душанбе,
хиёбони Борбад, 48/5)

ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ

ба диссертатсияи Азиззода Махваш Абдулҳаким дар мавзӯи «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. Мубрам будани мавзӯи диссертатсия.

Дар шароити муносири рушди муносибатҳои бозорӣ ва татбиқи ҳадафҳои стратегии таъмини амнияти озуқаворӣ Ҷумҳурии Тоҷикистон баланд бардоштани самаранокии фаъолияти соҳаи кишоварзӣ аҳамияти махсус пайдо намудааст. Бо вучуди афзоиши назарраси ҳаҷми истеҳсоли як қатор намудҳои маҳсулоти кишоварзӣ, соҳаи аграрӣ ҳанӯз ҳам бо як қатор мушкилоти низомӣ, аз ҷумла номукаммалии инфрасохтори маркетингӣ, маҳдуд будани дастрасии истеҳсолкунандагон ба бозорҳои фурӯш, вобастагии зиёд аз сохторҳои миёнарав, истифодаи нокифояи воситаҳои муносири маркетингӣ ва инчунин сатҳи пасти мутобиксозии истеҳсолот ба талаботи бозорҳои дохилӣ ва хориҷӣ рӯ ба рӯ мебошад. Дар чунин шароит тақмили низоми идоракунии фаъолияти маркетингӣ ба яке аз омилҳои калидии баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзии ватанӣ, афзоиши даромади истеҳсолкунандагони маҳсулоти кишоварзӣ ва таъмини рушди устувори соҳаи аграрии мамлакат таъдил меёбад.

Ҳамзамон, равандҳои рақамикунонии иқтисодиёт, рушди логистикаи аграрӣ, тавсеаи иқтидори содиротии кишвар ва ҳамгироии Ҷумҳурии Тоҷикистон ба бозорҳои минтақавӣ ва байналмилалӣ нисбат ба ташкил ва идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ талаботи нав ба миён мегузоранд. Ин ҳолат зарурати таҳияи равишҳои аз ҷиҳати илмӣ асоснок ва тавсияҳои амалиро оид ба тақмили механизмҳои идоракунии маркетинг бо

дарназардошти хусусиятҳои хоси истеҳсолоти кишоварзии ҷумҳурии тақозо менамояд.

Аз ин рӯ, таҳқиқоти диссертатсионӣ, ки ба масъалаҳои идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон бахшида шудааст, аз ҷиҳати назариявӣ ва амалӣ аҳаммияти калон дошта, натиҷаҳои он метавонанд барои баланд бардоштани самаранокии идоракунии соҳаи аграрӣ ва тақмили сиёсати давлатии аграрии кишвар саҳми арзанда гузоранд.

Вобаста ба мавҷудияти ин масъалаҳо, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот муайян карда шудаанд, ки аз тақмили механизмҳои идоракунии фаъолияти маркетинг, таҳлили ҷанбаҳои проблемавии он ва беҳтар намудани сатҳи рушди фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои кишоварзӣ иборат аст.

2. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисосҳо ва самтҳои илм

Мавзӯи диссертатсия ба бандҳои зерини Шиносномаи феҳристи ихтисосҳои ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) мувофиқат мекунад: 3. Асосҳои назариявӣ 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 саноатӣ тиҷоратӣ ватанӣ; 7. Низомҳои муосири маркетингӣ. Ташаккул ва рушди низомҳои ҳамгирои иттилоотии маркетингӣ. Сарчашмаҳои иттилооти 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, ташкилот, стратегия ва тактикаи пешбурди муборизаи рақобатӣ.

3. Дарҷаи нафгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуқтаҳои илмие, ки барои ҳимоя пешниҳод мешаванд.

Муаллифи кори диссертатсионӣ натиҷаҳои назарраси назариявӣ ва амалиро оид ба беҳтарсозии равандҳои маркетингии истеҳсолоти соҳаи кишоварзӣ, рушди рақамисозии маркетинг ва такмил додани механизмҳои татбиқи он дар субъектҳои иқтисодии бахши аграрӣ, ба ҳимоя пешниҳод кардааст. Аз ҷумла:

– омӯзиши назариявӣ ва таҳлили равандҳои маркетинг такмил дода шуда, тавсияҳои илмӣ ҷиҳати муайян намудани мутақобила байни тамоюли истеъмол ва дараҷаи рушди маркетинги рақамии соҳа пешниҳод гардидаанд. Омилҳои калидии муайянкунандаи тағйирёбии муносибати истеъмолкунандагон дар муҳити иқтисодии муосир ошкор гардида, омӯзиши механизмҳои мураккаби ташаккули он муайян карда шудаанд;

– арзёбии маҷмуавии ҳолат ва динамикаи бозори озуқаворӣ аз нуқтаи назари маркетинг анҷом дода шуда, омилҳои асосии таъсиррасон ба равандҳои рушди соҳаи кишоварзӣ муайян ва гурӯҳбандӣ гардидаанд;

– асосҳои системаи барномавӣ дар фаъолияти маркетинги корхонаҳои кишоварзӣ асоснок гардида, аз он ҷумла равишҳои муосир ва инноватсионӣ барои таҳкими рақобатпазирӣ ва мутобиқшавӣ ба талаботи бозор муайян гардиданд;

– таҳияи чорабиниҳои стратегияҳои маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ бо дарназардошти омилҳои иҷтимоӣ, иқтисодӣ ва иқлимӣ асоснок гардонида шуда, механизмҳои амалигардонии воситаҳои муосири маркетингиро таҳлил намуда, тавсияҳои мушаххас оид ба рақобатпазирӣ маҳсулоти кишоварзӣ ва васеъ намудани имкониятҳои содиротии он пешниҳод гардиданд.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда

Асоснокӣ ва эътимоднокии муқаррароти илмӣ, хулосаҳо ва тавсияҳое, ки дар таҳқиқоти диссертатсионӣ пешниҳод шудаанд, дар натиҷаи таҳлили шумораи зиёди корҳои илмӣ-таҳқиқотӣ, таълифоти олимону муҳаққиқон доир ба мукамалгардонии идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ, татбиқи усулҳои муосири ҷамъкунӣ ва коркарди иттилоот,

инчунин истифодаи васеи маълумоти оморӣ ва усулҳои муосири таҳқиқот ба даст оварда шудаанд.

Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаву тавсияҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ бо натиҷаҳо ва навлониҳои илмӣ аз ҷониби муаллифи диссертатсия мустақилона ба даст овардашуда, муҳокимаи натиҷаҳои таҳқиқот дар конфронсҳои илмӣ байналмилалӣ ва ҷумҳуриявӣ, инчунин интишороти натиҷаҳои таҳқиқоти илмӣ дар маҷаллаҳои тақризшаванда тасдиқ гардидаанд.

5. Аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот.

Аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот дар он аст, ки муқаррароти назариявии дар диссертатсия таҳия гардида ро метавон ҳамчун саҳми назаррас дар раванди идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон эътироф кард.

Аҳамияти амалии таҳқиқот дар он ифода меёбад, ки муқаррарот ва тавсияҳои аз ҷамъбасти диссертатсия пешниҳодгардида метавонанд дар раванди таҳияи барномаҳои рушди соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон бо дарназардошти татбиқи принципҳои маркетингӣ аз тарафи Вазорати кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон, ҳамчунин ҳангоми омӯхтани фанҳои «Маркетинг», «Маркетинги кишоварзӣ», «Амнияти озукаворӣ», ва ғайра дар мактабҳои олии Ҷумҳурии Тоҷикистон истифода карда шаванд.

6. Тавсифи умумии кори диссертатсионӣ.

Кори мазкур аз пешгуфтор, ки дар он мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот муайян гардидаанд, се боб, ки мазмуни умумии мавзӯро муайян менамоянд, иборат мебошад. Диссертатсия аз 194 саҳифаи матни компютерӣ иборат буда, дар он 28 ҷадвал ва 10 расм ҷой дода шудааст. Рӯйхати адабиёт аз 131 номгӯй иборат мебошад.

Дар муқаддима мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, дараҷаи навлониҳои илмӣ, мавзӯ ва объекти таҳқиқот, асосҳои методологӣ ва назариявӣ, пойгоҳи иттилоотӣ асоснок карда шуда, инчунин муқаррароте махсус қайд карда

шудаанд, ки наwgонии илмӣ ва аҳамияти илмӣ-амалӣ, таъйидии натиҷаҳои бадастомадаро тавсиф менамоянд (с.4-14).

Дар боби якум “Заминаҳои назариявии низоми идоракунии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ” асосҳои концептуалии рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ мавриди таҳқиқ қарор дода шуда, тамоюлҳо дар истеъмоли маҳсулоти озуқаворӣ ва рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ мавриди омӯзиш ва ҳамчунин идоракунии маркетинг дар истеҳсолоти маҳсулоти кишоварзӣ ва раванди ташаккули он баррасӣ карда шудааст(с.15-65).

Дар асоси таҳқиқи равишҳои назариявии равандҳои асосии назариявӣ ба рушди агромаркетинг, моҳияту маънии мафҳумҳои поягии он, муаллиф маркетинги аграриро ҳамчун соҳае маънидод мекунад, ки дар он на танҳо равандҳои маркетинг ба маҳсулот ва хидматҳои аграрӣ, балки назария ва амалияи рушди устувори савдои кишоварзӣ ва соҳаҳои марбута ҳам таҳқиқ мешаванд(С.18).

Дар диссертатсия субъектҳои маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ дақиқ карда шуда (С.19-21), унсурҳои концепсияи рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ пешниҳод гардидааст (С.21). Муаллиф концепсияи маркетингро дар соҳаи кишоварзӣ ҳамчун як раванди ҳамаҷониба арзёбӣ менамояд, ки дар асоси он корхонаҳо метавонанд фаъолияти кишоварзиро бо мақсади таъмин кардани бозорҳои маҳаллӣ ва байналмилалӣ идора намоянд. Маркетинг дар соҳаи кишоварӣ ба ақидаи муаллиф на танҳо дар ташкили фурӯш ва мансабҳои маркетингӣ, балки дар кумак ба истеҳсолкунандагон ва фермерҳо низ таҷассум меёбад.

Ба андешаи муаллиф рушди комплекси агросаноатӣ ва маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ ба як низоми муттаҳидшудаи фурӯш ва тақсимоли маҳсулоти кишоварзӣ, коркард, ҳамкориҳои ҷамъиятӣ ва таъсири экологии онҳо вобаста аст (С. 31). Муаллиф дар диссертатсия ҷузъҳои муҳимтарини маркетинг дар соҳаи кишоварзиро муқаррар намуда (С.33), роҳу воситаҳои нави фурӯш, аз ҷумла онлайн маркетингро дар кумаки молистеъмолкунандагон муҳим медонад.

Муаллифи таҳқиқот бар он ақида аст, маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ бояд бо истифода аз технологияҳои нав ва амалҳои, ки ба талаботи бозор мувофиқат мекунанд самаранок ва устувор бошад (С. 35). Нуқтаи муҳим дар рушди маркетинги кишоварзӣ ба ақидаи муаллиф таҳлили маълумот ва истифодаи он аст.

Дар асоси таҳлили тамоюлҳои рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ муаллиф хулосабарорӣ менамояд, ки соҳаи кишоварзӣ ва маркетинг дар маҷмӯъ дар таърихи иқтисоди ҷаҳонӣ ба яке аз соҳаҳои муҳим ва рушдбанда табдил ёфтааст (С.44).

Дар асоси омӯзиши таҳқиқотҳои аввалия дар диссертатсия унвонҷӯ идоракунии маркетинг дар соҳаи истеҳсоли маҳсулоти кишоварзиро яке аз унсурҳои асосии рушди устувори ин бахш арзёбӣ менамояд (С.49).

Натиҷаи таҳқиқоти аз ҷониби муаллиф иҷрогардида дар самти ошкорсозии вазифаҳои идоракунии маркетинг дар бахши кишоварзӣ нишон медиҳад, ки идоракунии маркетинг барои ташаккули муносибатҳои стратегӣ байни истеҳсолкунандагон, харидорон ва дигар иштирокчиёни занҷираи арзиш муҳим гардидааст (С. 53). Дар умум ба ақидаи муаллиф идоракунии маркетинг ҳамчун омили калидӣ барои рушди устувор ва самараноки истеҳсолоти кишоварзӣ хизмат мекунад.

Муаллиф дар диссертатсия мушкилот ва муаммоҳои татбиқи идоракунии маркетинг дар истеҳсолоти кишоварзиро ошкор намуда барои муваффақона идора кардани корхона роҳандозии барномаҳои омӯзишӣ ва тақмили ихтисосро дар корхонаҳои кишоварзӣ зарур мешуморад (С.63).

Дар боби дуюм “Асосҳои иҷтимоию иқтисодӣ ва барномавии фаъолгардони фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ” вазъи бозори озуқавории минтақавӣ аз ҷиҳати маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ мавриди таҳқиқ қарор дода шуда, вазъи иқтисоди корхонаҳои кишоварзӣ ва афзалиятҳои истеъмоли ҳамчун заминаи истеҳсоли барои рушди фаъолияти маркетингӣ мавриди арзёбӣ қарор дода шуда, асоси иҷтимоию иқтисодӣ ва барномавӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ

ва такмилдиҳии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ муқарар карда шудааст (С.66-120).

Дар диссертатсия вазъи бозори озуқаворӣ минтақавӣ як ҷузъи муҳим барои таъмини устувории иқтисодӣ ва амнияти озуқаворӣ арзёбӣ карда шуда, истехсоли маҳсулоти кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳамчун яке аз самтҳои асосии иқтисодӣ кишвар баррасӣ карда шудааст.

Муаллиф динамикаи истехсоли маҳсулоти кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон баҳогузорӣ намуда намуда, хуласабарорӣ намудааст, ки он андозае бозори дохилро бо озуқаворӣ таъмин намуда бошад ҳам, коркарди он аз сабаби дар сатҳи зарури надоштани инфрасохтор маҳдуд боқӣ мемонад. Ба ақидаи муаллиф рушди маркетинги кишоварзӣ ва беҳтар кардани вазъи бозори озуқаворӣ дар Тоҷикистон, нишонаи мусбии иқтисодии кишвар мебошад (С.87).

Мо тавсияи муаллифро оид ба тарғиби навоарӣ, баланд бардоштани саводнокии фермерон ва истифодаи моделҳои муосири фурӯш барои бозорҳои маҳаллӣ ва байналмилалӣ, пурра ҷонибдорӣ менамоем.

Дар диссертатсия дар асоси арзёбии вазъи иқтисоди корхонаҳои кишоварзӣ, афзалиятҳои истеъмоли ҳамчун заминаи истехсоли барои рушди фаъолияти маркетингӣ дақиқ карда шудааст (С.88-107). Муқарар карда шудааст, ки вазъи иқтисодии корхонаҳои кишоварзӣ номустақил буда, ба таъсири омилҳои гуногун воқуниш нишон медиҳад (С.92). Дар ин асно муаллиф ба миён гузоштани равишҳои нави маркетингиро, ки бар таҳлили амиқи вазъи дохилӣ ва талаботи бозор асос ёфтаанд, зарур мушуморад.

Аз нигоҳи муаллиф ҳар қадаре ки фаҳмиши дурусти рафтори истеъмолкунандагон, хоҳишу талаботи онҳо ва шаклҳои нави истеъмол зиёдтар бошад, ҳамон қадар стратегияҳои фурӯш самараноктар хоҳанд буд (С. 95).

Дар асоси арзёбии динамикаи воридоти маҳсулоти хӯрокворӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон муаллиф самтҳои афзалиятноки истехсол дар дохили кишвар ва таҳияи сиёсати маркетингии мақсаднокро муайян месозад.

Муаллиф собит менамояд, барои рушди соҳаи кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон омӯзиши афзалиятҳои истеъмоли, таҳлили динамики ва стратегияи маркетингӣ, дар шукуфоии бозорҳо нақши калидиро мебозад.

Дар диссертатсия масъалаҳои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ вобаста ба такмилдиҳии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ мавриди баррасӣ қарор дода шудааст (С.106-120).

Муаллиф барои таҳкими рақобатпазирӣ корхонаҳои кишоварзӣ, нақши барномаҳои давлатӣ ва хусусиро зарур доништа онҳоро ҳамчун ду сутуни асосии рушди муносири соҳа арзёбӣ менамояд (С.108). Дар асоси таҳлили таҷрибаи байналмилалӣ дар соҳаи дастгирии барномавии кишоварзӣ муаллиф хулосабарорӣ менамояд, ки кишварҳои муваффақ дар ин самт таваҷҷуҳи хос ба ҳамоҳангсозии сиёсати давлатӣ ва фаъолияти бахши хусусӣ зоҳир намудаанд (С.112).

Ба андешаи муаллиф барои барои беҳтар кардани рақобатпазирӣ корхонаҳои кишоварзӣ, истифодаи дурусти захираҳои табиӣ, бо стандартҳои байналмилалӣ ва ҷорӣ кардани технологияҳои инноватсионӣ, нақши муҳимро мебозанд (С.118).

Дар боби сеюм “Идоракунии самтҳои афзалиятноки рушди фаъолияти маркетингии хоҷагиҳои кишоварзӣ дар бозори озуқаворӣ Ҷумҳурии Тоҷикистон” дурнамои рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бо дарназардоти таҳлили омилҳои таъсиррасон ва имкониятҳои афзоиши истеҳсоли тухм ва гӯшт муқарар, нақши стратегияҳои маркетингӣ дар рушди фаъолияти соҳаи кишоварзӣ Ҷумҳурии Тоҷикистон ва роҳҳои такмилдиҳии технологияи идоракунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ дар бозори озуқаворӣ асоснок карда шудааст (С.107-154).

Муаллиф бо гузаронидани таҳлили ояндадори дурнамои рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон як қатор тамоюлҳои навро ошкор менамояд, ки устувории бозори озуқаворӣ мамлакатро таъмин менамояд (С.132).

Дар диссертатсия пешгӯии истеҳсоли тухм ва гушти парранда дар Ҷумҳурии Тоҷикистон то соли 2030 ба роҳ монда шуда, тавсияҳои илман асоснок барои рушди устувори соҳаҳои тухмпарварӣ ва гӯштпарварӣ пешниҳод карда шудаанд.

Ҷолибияти махсусро дар диссертатсия ошкорсозии афзалияти асосии стратегияи маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ касб менамояд. Алгоритми таҳиянамудаи муаллиф дар самти ташаккули макромаркетинг дар бозори озукаворӣ бо дарназардошти сценарияҳои рушди баҳши аграрии минтақа дорои аҳамияти муҳими илмӣ ва амалӣ мебошад (С.140).

Дар диссертатсия ҷанбаҳои муҳими афзалиятҳои стратегияи маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ ва рушди соҳаи аграрӣ барои бозори озукаворӣ муқарар карда шудааст. Ба ақидаи муаллиф рушди ин соҳа бо дарназардошти сценарияҳои пешгӯишудаи иқтисодӣ ва экологӣ метавонад хулосаҳои муҳимро барои танзими иқтисоди аграрӣ ва баланд бардоштани сифати озукаворӣ ба миён орад (С.150).

Дар асоси ҷамъбасти натиҷаҳои бадастомада дар диссертатсия роҳҳои тақмилдиҳии технологияи идоракунии фаъолияти маркетингии пешниҳод карда шудааст. Муаллиф истифодаи технологияи рақамӣ ва системаҳои иттилоотии муосирро яке аз самтҳои асосии тақмилдиҳии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ арзёбӣ менамояд (С.155).

Пешниҳоди муаллиф оид ба омӯзиш ва истифодаи усулҳои нави инноватсионӣ дар корхонаҳои кишоварзӣ тавсияи саривақти буда, он метавонад корхонаҳои ватаниро дар бозорҳои ҷаҳонӣ ва маҳаллӣ муваффақ гардонад.

Дар хулосаву пешниҳодот натиҷаҳои асосии таҳқиқоти диссертатсионӣ ҷамъбаст гардидаанд.

7. Эродҳо ва ҳолатҳои баҳсталаб дар диссертатсия.

Бо вучуди арзиши назариявӣ амалии таҳқиқот ва натиҷаҳои назарраси бадастомада, дар диссертатсия баъзе масъалаҳои баҳсталаб ва нуктаҳои тақмилталаб ба назар мерасанд:

1. Дар боби якуми диссертатсия асосҳои назариявӣ ва концептуалии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ ба таври васеъ баррасӣ гардидаанд. Бо вучуди ин, хуб мебуд, агар муаллиф мавқеи худро оид ба мафҳуми «маркетинги кишоварзӣ» ба таври возеҳтар муайян намуда, фарқи онро аз мафҳумҳои наздик, мушаххас менамуд.

2. Дар зербоби 1.2 тамоюлҳои истеъмоли маҳсулоти озуқаворӣ таҳлил шудаанд, аммо таъсири тағйирёбии сохтори даромади аҳоли, афзоиши нархҳо, муҳочирати меҳнатӣ ва хусусиятҳои демографии минтақаҳо ба рафтори истеъмолкунандагон аз мадди назар берун мондаанд.

3. Дар боби дуюм вазъи бозори минтақавии озуқаворӣ ва ҳолати иқтисодии корхонаҳои кишоварзӣ таҳлил шудааст. Бо вучуди ин, доираи ҳудудӣ ва меъёрҳои интихоби корхонаҳо ва хоҷагиҳои мавриди таҳқиқ дар баъзе мавридҳо ба шарҳи иловагӣ ниёз доранд, то дараҷаи намояндагии натиҷаҳои бадастомада равшантар гардад.

4. Дар зербоби 2.2 афзалиятҳои истеъмолкунандагон ҳамчун заминаи рушди фаъолияти маркетингӣ баррасӣ шудаанд. Мувофиқи мақсад мебуд, агар муаллиф дар баробари таҳлили маълумотҳои оморӣ таҳлили маълумотҳои сифатиро дар асоси гузаронидани пурсиш, мушоҳида ва дигар усулҳои ҷамъоварии иттилооти аввалинталаҷаи маркетингӣ ба роҳ мемонд.

5. Дар зербоби 2.3 масъалаҳои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ таҳқиқ шудаанд. Бо вучуди ин, хуб мебуд, агар нишондиҳандаҳои мушаххаси баҳодиҳии рақобатпазирии соҳа бо таъяс аз принципҳои маркетингӣ, аз ҷумла рӯи нишондиҳандаҳои ҳиссаи корхонаҳо дар бозор, самаранокии тадбирҳо дар самти таблиғи мол, хароҷот барои пешбурди фаъолияти маркетингӣ, дараҷаи қонеъияти мизоҷ, даромаднокӣ ва устувории фурӯш дар шакли низоми ягона ҷамъбааст мегардиданд.

6. Дар зербоби 3.1 дурнамои рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ, махсусан истеҳсоли тухм ва гӯшт, пешниҳод шудааст. Аммо асосноккунии интихоби маҳз ин ду намуди маҳсулот ва имконияти татбиқи усули

маркетингии пешниҳодшуда нисбат ба дигар гурӯҳҳои маҳсулоти кишоварзӣ ба тавзеҳи бештар ниёз дорад.

Бо иброи чунин нуқтаи назар метавон гуфт, ки диссертатсияи Азиззода Махваш Абдулҳаким ба камбудии номбар кардашуда нигоҳ накарда дар сатҳи зарурӣ омода карда шудааст ва аз ҷиҳати мазмун мутобиқи талаботҳои мавҷуда мебошад.

8. Мувофиқати диссертатсия ба талаботи ҚОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба «тартиби додани дараҷаи илмӣ»

Автореферат фарогири мундариҷаи диссертатсия буда, интишороти муаллиф дар сатҳи кофӣ мундариҷаи корро дар бар мегиранд.

Умуман диссертатсияи Азиззода Махваш Абдулҳаким дар мавзӯи «Идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон» барои дарёфти унвони номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси: 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг). дар сатҳи баланди илмӣ–методӣ иҷро гардида, ба талаботҳои Комиссияи Олии Аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва бандҳои 31 ва 33-и «Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ ва унвонҳои илмӣ, ки бо Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 тасдиқ гардидааст» мувофиқ буда, муаллифи он сазовори додани дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) мебошад.

Муқарризи расмӣ,

**и.в., профессори кафедраи иқтисодиёти
ҷаҳони Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ
ва соҳибкорӣ Тоҷикистон, д.и.и., дотсент**

30.07.26

Б.М. Ҷумъаев

Имзои Ҷумъаев Б.М. -ро тасдиқ менамоям.

Сардори раёсати кадрҳо ва корҳои махсус

Ҷӯраев Ш.Н.

Суроға: Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ
ва соҳибкорӣ Тоҷикистон,
734055, ш. Душанбе, хиёбони Борбад, 48/5.
тел.: (+992 934888670), E-mail: j_bahoviddin@mail.ru