

*Ба шурои диссертациони 6D.KOA-063
назди Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ
ва соҳибкорӣ Тоҷикистон (734055, Ҷумҳурии
Тоҷикистон, ш. Душанбе, х. Борбад, 48/5)*

ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ

ба диссертатсияи Азиззода Махваш Абдулҳаким дар мавзӯи “Идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон”, ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзоди илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) пешниҳод шудааст

1. Мубраи будани мавзӯи диссертатсия

Дар шароити иқтисоди бозорӣ идоракунии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ раванди бонизоми банақшагирӣ, таҳлил, татбиқ ва назорат барои пешбурди маҳсулоти кишоварзӣ мебошад. Он омӯзиши талабот, интиҳоби шабакаҳои фурӯш ва танзими стратегияҳо барои таҳвили самараноки озукаворӣ аз истеҳсолкунанда то ба истеъмолкунандаи ниҳоӣ дар бар мегирад. Ҳамзамон, тавассути он хатарҳои мавсимӣ бартараф гардида, нархгузорӣ дуруст таҳия шуда, ҳаҷми истеҳсолот ба талаботи бозор мутобиқ карда мешавад.

Маркетинги кишоварзӣ ин маҷмӯи стратегияҳо ва чорабиниҳои маркетингӣ мебошад, ки ба пешбурд ва фурӯши маҳсулоти кишоварзӣ ва ҳӯрокворӣ равона карда шудааст.

Рушди маркетинги кишоварзӣ бо норасоии коршиносони касбӣ, рақамикунони заифи равандро ва ҷудошавии истеҳсолкунандагон аз истеъмолкунандаи ниҳоӣ боздошта мешавад. Аз сабаби мавсимӣ будани истеҳсолот хатари вайроншавии ҳосил ва набудани банақшагирии дарозмуддат деҳқонон аксар вақт маҳсулотро тавассути миёнаравҳо фурӯхта, ҳиссаи асосии ғоидаро аз даст медиҳанд.

Таҳқиқотҳо нишон медиҳанд, ки сабабҳои асосии мушкилоти мавҷуда дар баҳши кишоварзӣ танҳо ба норасоии таҷрибаи идоракунӣ вобаста набуда, яке аз омилҳои муҳим нокифоя будани асосҳои илмӣ ва концептуалии ислоҳоти баҳши кишоварзӣ мебошад, ки ба самаранокии раванди дигаргунсозии иқтисодӣ таъсири манфӣ мерасонад.

Тақмили низоми маркетинги кишоварзӣ барои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти корхонаҳои баҳши кишоварзӣ, рушди муносибатҳои бозорӣ ва таъмини ҳамоҳангии манфиатҳои истеҳсолкунандагон, миёнаравон

ва истеъмолкунандагон аҳаммияти калон дорад. Дар натиҷаи татбиқи механизмҳои муосири маркетингӣ имкониятҳои бехтари истифодаи захираҳо, афзоиши даромаднокии истеҳсолот ва таҳкими мавқеи рақобатии маҳсулоти кишоварзӣ фароҳам оварда мешавад.

Ҳалли мушкилоти маркетинги кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон қорӣ намудани технологияҳои рақамӣ, рушди шабакаи марказҳои агрологӣ, (маҷмӯаҳои махсус барои қабул, ҷобачогузорӣ, коркарди амиқ, бастабандӣ ва нигоҳдории маҳсулоти кишоварзӣ мебошанд. Онҳо барои коҳиш додани талафоти зироат, риояи стандартҳои байналмилалӣ ва таъмини содироти мунтазами ғизо муҳиманд) ва таҳкими занҷирҳои арзиши иловашударо дар бар мегирад. Ин тадбирҳо деҳқононро бевосита ба бозорҳои дохилӣ ва содиротӣ пайваستا, талафоти ҳосил ва хароҷоти миёнаравро кам мекунад.

Аз ин лиҳоз, муайян намудани самтҳои асосии рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ яке аз вазифаҳои муҳими илмӣ ва амалӣ ба шумор рафта, мавзӯи диссертант мубрам арзёбӣ мегардад.

2. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисос ва самтҳои илм, ки аз рӯйи онҳо диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст

Муқаррароти илмӣ дар диссертатсия дарҷшуда ба Шиносномаи ихтисосҳои Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) таҳия шудааст ва бандҳои зерини шиносномаи номгӯйи ихтисосҳо мутобиқат 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 қорӣ 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 навгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуқтаҳои илмие, ки барои ҳимоя пешниҳод мешаванд

Таҳқиқоти анҷомдодашуда ба омӯзиши ҷанбаҳои назариявии маркетинг ва тақмили равандҳои маркетингӣ дар истеҳсолоти кишоварзӣ бахшида шуда, инчунин ба таҳияи пешниҳодҳои илмӣ ва методӣ оид ба рушди

маркетинги рақамӣ ва баланд бардоштани самаранокии татбиқи он дар субъектҳои хоҷагидорӣ бахши аграрӣ равона гардидааст.

Таҳқиқи диссертатсионӣ нишон дод, ки нуктаҳои зерин, ки ба ҳайси унсурҳои навгонии илмӣ муаррифӣ шуданд, ки дар ҳақиқат дар диссертатсия ва автореферат ҷой доранд ва аз таҳлилу натиҷагирӣҳои муаллифи он сарчашма мегиранд:

1. Муаллиф масъалаҳои назариявии маркетинг ва хусусиятҳои рушди онро дар соҳаи кишоварзӣ мавриди омӯзиш ва таҳлили амиқ қарор дода, тавсияҳои илмӣ оид ба муайян намудани робитаи байни рафтори истеъмолкунандагон ва сатҳи рушди маркетинги рақамӣ пешниҳод шудааст.

Дар доираи таҳқиқот мушкilotи мавҷудаи рушди маркетинг арзёбӣ гардида, принципҳо, усулҳо ва равандҳои идоракунии маркетинг ба таври низомнок таҳлил карда шудааст. Инчунин, механизмҳои ташаккули фаъолияти маркетингӣ дар муҳити рақобатии имрӯза бо ҳадафи баланд бардоштани самаранокӣ ва рақобатпазирии истеҳсолоти кишоварзӣ асоснок карда шудаанд;

2. Аз ҷониби муаллиф таҳлили ҳамаҷонибаи вазъи бозори озукаворӣ аз нуктаи назари маркетинг гузаронида шудааст. Натиҷаҳои таҳқиқот нишон додааст, ки соҳаи кишоварзӣ дорои аҳамияти бузургӣ иҷтимоӣ ва иқтисодӣ буда, нақши он дар таҳким ва таъмини амнияти озукаворӣ, рушди устувори бозори истеъмолӣ ва баланд бардоштани сатҳи некӯахлоқии мардум хеле муҳим арзёбӣ мегардад;

3. Дар диссертатсия аз ҷониби муаллиф асосҳои ташаккул ва истифодаи низоми барномавӣ дар фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ таҳия ва асоснок гардидаанд. Дар ин замина, равишҳои навоварона ва усулҳои муосири маркетинг барои баланд бардоштани рақобатпазирӣ ва мутобик намудани фаъолияти корхонаҳо ба талаботи бозор муайян карда шудаанд.

Асоснок карда шудааст, ки таҳкими муносибатҳои дарозмуддат бо истеъмолкунандагон ва тақмили сифати маҳсулот аз омилҳои муҳимми рушди устувори маркетинг ва беҳтар гардидани нишондиҳандаҳои иқтисодии корхонаҳо ба шумор мераванд. Ҳамзамон, истифодаи технологияҳои рақамӣ ва воситаҳои таҳлили маркетингӣ дар таҳияи стратегияҳои идоракунӣ ба корхонаҳои кишоварзӣ имконият медиҳад, ки дар шароити рақобатпазирии иқтисоди бозорӣ қарорҳои самаранок ва саривақтӣ қабул намоем;

4. Аз ҷониби муаллиф дар диссертатсия самтҳои асосии таҳия ва татбиқи стратегияҳои маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ бо дарназардошти омилҳои иҷтимоӣ, иқтисодӣ ва табиӣ асоснок карда шудаанд. Механизмҳои истифодаи воситаҳои муосири маркетинг мавриди таҳлил қарор дода шуда,

тавсияҳои амалӣ доир ба баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ ва густариши иқтидори содиротии он пешниҳод карда шудааст.

Инчунин, роҳҳои такмили низоми идоракунии маркетинг дар баҳши аграрӣ ошкор гардида, усулҳои нави идоракунии баҳри баланд бардоштани самаранокии фаъолияти корхонаҳо пешниҳод карда шудааст. Ҳамчунин, пешниҳодҳо доир ба такмили раванди қабули қарорҳои идоракунии, пешгӯии талаботи бозор ва таъмини мутаносибии пешниҳодот ва тақозо дар бозори маҳсулоти кишоварзӣ таҳия гардидаанд.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда

Дарачаи асоснокӣ ва муътамадии мазмуну мундариҷаи диссертатсия ва хулосаву тавсияҳои дар он инъикосёфта зимни арзёбии шароит ва натиҷаҳои корҳои таҷрибавӣ, муқоисаи онҳо бо сарчашмаҳои маълумотӣ, назарсанҷиҳо, таҷрибаҳо, арзёбии натиҷаҳо дар конфронсҳо, семинарҳои илмӣ ва вебинарҳо, тасдиқи нуктаҳои дар фарзия пешниҳодгардида, омӯзиши дастаҷамъонаи усулҳои мувофиқ ба масъалаҳои ҳар як марҳилаи таҳқиқот, таҷрибаи шахсии муаллиф ва нашри маводи илмӣ таҳқиқот ба даст оварда шудааст.

Асоснокии хулосаву пешниҳодҳои дар диссертатсия овардашуда ва сатҳи илмӣ онҳо аз он шаҳодат медиҳад, ки муаллиф асарҳои бунёдии олимони ватанию хориҷиро дар баҳши истифодаи самараноки идоракунии фаъолияти маркетингӣ эҷодкорона истифода намудааст.

Мундариҷаи диссертатсия нишон медиҳад, ки муаллиф бо адабиёти илмӣ доир ба мавзӯи таҳқиқот хеле моҳирона кор карда, мустақилона факту рақамҳои омориро вобаста ба мақсади таҳқиқот гирд оварда, коркард ва натиҷагирӣ намудааст.

Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот бо истифодаи усулҳои муосири илмӣ таҳлил, муқоиса, ҷамъбаст, гурӯҳбандӣ, таҳлили омӯрӣ ва иқтисодӣ-математикӣ таъмин гардидааст. Ҳангоми анҷом додани таҳқиқот аз санадҳои меъёрии ҳуқуқӣ, барномаҳои давлатӣ, маълумоти расмӣ омӯрӣ, ҳисоботҳои мақомоти соҳавӣ, инчунин маводи илмӣ олимони ватанӣ ва хориҷӣ истифода шудааст.

Дурустӣ ва асоснокии натиҷаҳои таҳқиқот аз мутобиқати хулосаҳо ба ҳадаф ва вазифаҳои гузошташуда, истифодаи маълумоти воқеӣ оид ба фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ соҳаи кишоварзӣ ва татбиқи усулҳои муосири таҳқиқоти илмӣ бармеоянд. Хулосаҳо ва тавсияҳои пешниҳодшуда дар асоси таҳлили ҳамаҷонибаи омилҳои таъсиррасон ба рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ таҳия гардида, бо натиҷаҳои таҳқиқоти олимони ватанӣ ва хориҷӣ муқоиса ва тасдиқ шудаанд.

Этимоднокии натиҷаҳои бадастомада инчунин бо апробатсияи онҳо дар конференсияҳои илмӣ-амалӣ, наشري мақолаҳои илмӣ дар маҷаллаҳои тақризшаванда ва татбиқи як қатор тавсияҳои пешниҳодшуда дар фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ бахши аграрӣ тасдиқ мегардад. Натиҷаҳои таҳқиқот дорои аҳамияти назариявӣ ва амалӣ буда, метавонанд барои тақмили фаъолияти маркетингӣ ва баланд бардоштани самаранокии идоракунии дар соҳаи кишоварзӣ истифода шаванд.

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

Аҳамияти илмӣ натиҷаҳои таҳқиқот дар тақмили асосҳои назариявӣ ва методии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ, рушди равишҳои муносири идоракунии маркетингӣ ва асоснок намудани самтҳои истифодаи технологияҳои рақамӣ дар фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ бахши кишоварзӣ ифода меёбад.

Хулоса ва пешниҳодҳои илмӣ таҳияшуда метавонанд ҳамчун заминаи назариявӣ барои таҳқиқоти минбаъда дар самти маркетинги кишоварзӣ ва рушди иқтисоди рақамӣ дар соҳаи мазкур истифода шаванд.

Аҳамияти амалии таҳқиқот дар он зоҳир мегардад, ки тавсияҳо ва пешниҳодҳои пешниҳодгардида барои тақмили фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ, таҳияи стратегияҳои рушди бозор, баланд бардоштани самаранокии идоракунии ва мутобик намудани истеҳсолот ба талаботи бозор мусоидат менамоянд. Натиҷаҳои таҳқиқот метавонанд дар фаъолияти мақомоти идоракунии давлатӣ, сохторҳои соҳавӣ ва субъектҳои хоҷагидорӣ бахши кишоварзӣ мавриди истифода қарор гиранд.

Аҳамияти иқтисодии таҳқиқот ба баланд гардидани самаранокии фаъолияти истеҳсолӣ ва тиҷоратии корхонаҳои бахши кишоварзӣ, беҳтар намудани истифодаи захираҳо, афзоиши ҳаҷми фурӯши маҳсулот, таҳкими рақобатпазирии истеҳсолкунандагони ватанӣ ва васеъ гардидани имкониятҳои содиротии маҳсулоти кишоварзӣ равона шудааст. Татбиқи пешниҳодҳои таҳияшуда метавонад ба афзоиши даромаднокии субъектҳои хоҷагидорӣ ва рушди устувори бозори кишоварзӣ мусоидат намояд.

Аҳамияти иҷтимоии таҳқиқот дар беҳтар гардидани таъминоти аҳоли бо маҳсулоти хушсифат ва рақобатпазир, таҳким ва таъмини амнияти озуқаворӣ, рушди шуғли аҳоли дар деҳот ва баланд бардоштани сатҳи зиндагии мардум мусоидат намояд. Истифодаи тавсияҳои пешниҳодшуда барои рушди устувори соҳаи кишоварзӣ ва беҳтар гардидани некуаҳволии мардум заминаи мусоид фароҳам меоварад.

Натиҷаҳои таҳқиқот барои истифода дар фаъолияти корхонаҳои кишоварзӣ, мақомоти идоракунии соҳаи кишоварзӣ, муассисаҳои илмӣ -

таҳқиқотӣ ва муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ чихати таҳияи барномаҳои рушди маркетинг, омӯзиши фанҳои иқтисодӣ ва гузаронидани таҳқиқоти илмӣ тавсия карда мешаванд.

6. Арзёбии мазмунӣ диссертатсия ва ва дараҷаи ба итмом расидани он. Сохтор ва ҳаҷми диссертатсия

Дар баҳши муқаддима муҳимияти мавзӯи диссертатсия асоснок гардида, сатҳи таҳқиқи масъала, мақсад ва вазифаҳои асосии он муайян шудаанд. Ҳамчунин, объекти таҳқиқ, предмети он ва фарзияи илмӣ мушаххас карда шуда, асосҳои назариявӣ методӣ ва манбаъҳои маълумотӣ оварда шудаанд.

Навгониҳои илмӣ тадқиқот, нуқтаҳои асосие, ки барои ҳимоя пешниҳод мегарданд, аҳамияти назариявӣ ва амалӣ, инчунин дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳо баён карда шудаанд. Мутобиқати қори диссертатсионӣ ба шиносномаи ихтисоси илмӣ, саҳми шахсии доктара дар иҷрои таҳқиқот, натиҷаҳои татбиқшуда ва мақолаҳои илмӣ воқеа ба мавзӯ низ инъикос ёфтаанд.

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. Диссертатсия дар ҳаҷми 177 саҳифаи ҷопӣ таҳия гардида, аз 10 расм ва 28 ҷадвал иборат мебошад.

Боби якуми диссертатсия (саҳ. 14 - 67) ба омӯзиши «Заминаҳои назариявии низомии идоракунии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» бахшида шуда, дар он масъалаҳои назариявӣ ва методологии ташаккул ва рушди маркетинг дар баҳши аграрӣ мавриди таҳқиқ қарор гирифтаанд. Дар асоси омӯзиш ва ҷамъбасти адабиёти илмӣ, асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ моҳият, мазмун ва нақши маркетинг дар рушди соҳаи кишоварзӣ таҳлил карда шудаанд (с. 15 - 65).

Дар боби мазкур равишҳои илмӣ оид ба фаҳмиши мафҳуми маркетинг ҳамчун воситаи муҳими идоракунии фаъолияти иқтисодӣ баррасӣ гардида, аҳамияти он дар баланд бардоштани самаранокии истеҳсолот ва мутобиқсозии фаъолияти корхонаҳо ба талаботи бозор асоснок карда шудааст. Ҳамзамон, тамоюлҳои рушди бозори озуқаворӣ, хусусиятҳои ташаккули талаботи истеъмолӣ ва омилҳои таъсиррасон ба истеъмоли маҳсулоти кишоварзӣ таҳлил карда шудааст.

Дар зербоби 1.1. - и диссертатсия «Асосҳои концептуалии рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» (саҳ. 15 – 32) масъалаҳои муҳими назариявӣ ва концептуалии ташаккул ва рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ мавриди таҳқиқ қарор дода шудааст. Муаллиф дар ин қисмат бо

истифода аз таҳлили адабиёти илмӣ, назарияҳо ва равишҳои пешниҳоднамудаи олимони ватанию хориҷӣ моҳият, мазмун, вазифаҳо ва аҳаммияти иқтисодии маркетингро дар шароити гузариш ба муносибатҳои бозорӣ баррасӣ намудааст.

Дар зербоби 1.2. - и диссертатсия «Тамоюлҳо дар истеъмоли маҳсулоти озуқаворӣ ва рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ» (с.32 – 49), муаллиф масъалаҳои вобаста ба тағйирёбии сохтор ва тамоюлҳои истеъмоли маҳсулоти озуқаворӣ, ташаккули талаботи бозорӣ ва нақши омилҳои мазкурро дар тақмили фаъолияти маркетингии субъектҳои аграрӣ мавриди омӯзиш қарор додааст. Муаллиф бо асоснокӣ таъкид менамояд, ки дар шароити муосири иқтисоди бозорӣ рақобатпазирии истеҳсолкунандагони кишоварзӣ на танҳо ба имкониятҳои истеҳсолӣ, балки ба сатҳи дарки талаботи истеҳсолкунандагон, қобилияти мутобикшавӣ ба тағйироти бозор, интиҳоби дурусти роҳҳои фурӯш ва истифодаи воситаҳои самараноки маркетингӣ вобаста мебошад.

Дар зербоби 1.3. - и диссертатсия таҳти унвони «Идоракунии маркетинг дар истеҳсолоти маҳсулоти кишоварзӣ ва рафти ташаккули он» муаллиф ба омӯзиши ҷанбаҳои назариявӣ ва хусусиятҳои ташкили идоракунии маркетинг дар баҳши аграрӣ диққати махсус додааст. Дар ин қисмати таҳқиқот мафҳуми идоракунии маркетинг ҳамчун механизми танзими муносибатҳои байни истеҳсолот ва бозор баррасӣ гардида, аҳаммияти он дар таъмини мутобикати фаъолияти хоҷагиҳои кишоварзӣ ба талаботи тағйирёбандаи муҳити иқтисодӣ нишон дода шудааст.

Таҳлилҳои пешниҳодшуда нишон медиҳанд, ки идоракунии маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ на танҳо ҳамчун воситаи фурӯши маҳсулот, балки ҳамчун низоми мукаммали қабули қарорҳои идоракунӣ баромад мекунад. Истифодаи дурусти он метавонад ба баланд гардидани самаранокии истеҳсолот, беҳтар шудани сифати маҳсулоти кишоварзӣ, таҳкими рақобатпазирии истеҳсолкунандагони ватанӣ ва рушди муносибатҳои устувори бозорӣ мусоидат намояд (с.49 – 65).

Боби дуюми диссертатсия (саҳ. 66 - 120) ба омӯзиши «Асосҳои иҷтимоию иқтисодӣ ва барномавии фаъолгардонии фаъолияти маркетинги дар соҳаи кишоварзӣ» ба таҳқиқи ҷанбаҳои амалии ташаккул ва рушди муносибатҳои маркетингӣ дар баҳши акишоварзӣ равона гардидааст. Дар ин боб муаллиф вазъи муосири бозори озуқаворӣ, хусусиятҳои фаъолияти субъектҳои кишоварзӣ ва омилҳои таъсиррасон ба самаранокии низоми маркетингиро мавриди таҳлили ҳамачониба қарор додааст.

Дар доираи таҳқиқот масъалаҳои вобаста ба иқтисоди бозории маҳсулоти кишоварзӣ, тағйирёбии талабот ва пешниҳоди маҳсулот, сатҳи рақобат дар муҳити кишоварзӣ ва имкониятҳои тақмили механизмҳои маркетингӣ баррасӣ шудаанд. Муаллиф тавассути таҳлили нишондиҳандаҳои иқтисодӣ фаъолияти корхонаҳои кишоварзиро арзёбӣ намуда, омилҳои асосии маҳдудкунанда ва имкониятҳои рушди минбаъдаи фаъолияти маркетингиро муайян кардааст.

Дар зербоби 2.2. «Арзёбии иқтисоди корхонаҳои кишоварзӣ ва афзалиятҳои истеъмоли ҳамаҷун заминаи истеҳсолӣ барои рушди фаъолияти маркетингӣ» диссертант нишондиҳандаҳои асосии иқтисодии фаъолияти корхонаҳои кишоварзиро таҳлил намуда, сатҳи самаранокии истеҳсолот, имкониятҳои мавҷудаи рушд ва омилҳои таъсиррасон ба фаъолияти онҳо арзёбӣ кардааст (с. 88 – 106). Муаллиф қайд месозад, ки самаранокии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ аз сатҳи истифодаи захираҳои истеҳсолӣ, мутобиқ намудани ҳаҷм ва сохтори истеҳсолот ба талаботи бозор ва дуруст ба роҳ мондани муносибат бо истеъмолкунандагон вобастагӣ дорад (с.88–92).

Дар зербоби 2.3. «Асоси иҷтимоию иқтисодӣ ва барномавӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои кишоварзӣ ва тақмилдиҳии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ» муаллиф масъалаҳои марбут ба ташаккули самтҳои стратегияи рушди фаъолияти маркетингӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирии субъектҳои кишоварзиро мавриди таҳқиқ қарор додааст (с.106 – 120). Муаллиф қайд менамояд, ки дар шароити муосири иқтисоди бозорӣ рушди устувори корхонаҳои кишоварзӣ аз қобилияти онҳо барои мутобиқ шудан ба тағйироти талаботи бозор, истифодаи механизмҳои муосири маркетингӣ ва ташкили самаранокии робита бо истеъмолкунандагон вобастагии зиёд дорад (с.106 – 109).

Дар маҷмӯъ, муҳтавои боби дуюм нишон медиҳад, ки таҳқиқоти гузаронидашуда ба муайян намудани вазъи кунунии маркетинги кишоварзӣ ва ҷустуҷӯи роҳҳои рушди минбаъдаи он равона буда, масъалаҳои муҳимми иҷтимоӣ - иқтисодии фаъолияти бозории соҳаи кишоварзиро фаро мегирад (с.66 – 120).

Боби сеюми диссертатсия (сах. 121 - 170) «Идоракунии самтҳои афзалиятноки рушди фаъолияти маркетингии хоҷагиҳои кишоварзӣ дар бозори озуқавории Ҷумҳурии Тоҷикистон» ба таҳқиқи масъалаҳои тақмили низоми идоракунии маркетинг ва муайян намудани роҳҳои самаранокии рушди фаъолияти маркетингии субъектҳои кишоварзӣ бахшида шудааст (с.121 – 170). Дар боби мазкур муаллиф дар асоси натиҷаҳои таҳлили назариявӣ ва арзёбии вазъи муосири соҳаи кишоварзӣ самтҳои

асосии баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингӣ, васеъ намудани имкониятҳои бозорӣ ва таҳкими рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзиро муайян намудааст.

Муаллиф масъалаҳои вобаста ба ташкили идоракунии муносири маркетинг, мутобик намудани фаъолияти истеҳсолкунандагон ба талаботи бозори озуқаворӣ ва истифодаи воситаҳои инноватсионии пешбурди маҳсулотро мавриди баррасӣ қарор медиҳад. Дар ин замина, роҳҳои тақмили механизми маркетингӣ, рушди муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда, инчунин самтҳои беҳтар намудани фаъолияти фурӯш ва таъминоти бозор бо маҳсулоти кишоварзӣ пешниҳод гардидаанд (с.121 – 138).

Дар зербоби 3.1. «Дурнамои рушди бозори маҳсулоти кишоварзӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: таҳлили омилҳои таъсиррасон ва имкониятҳои афзоиши истеҳсоли тухм ва ғӯшт» муаллиф масъалаҳои вобаста ба ҳолати имрӯза ва самтҳои минбаъдаи рушди бозори маҳсулоти кишоварзиро таҳлил намудааст (с.121 – 138). Муаллиф омилҳои асосии муайянкунандаи рушди бозори озуқаворӣ, аз ҷумла тағйирёбии талаботи аҳоли, афзоиши шумораи истеъмолкунандагон, имкониятҳои истеҳсолии хоҷагиҳои кишоварзӣ, сатҳи таъминоти бозор ва таъсири омилҳои иқтисодию берунаро мавриди баррасӣ қарор додааст.

Дар зербоби 3.2. «Стратегияҳои маркетингӣ дар рушди фаъолияти соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон» муаллиф нақши стратегияҳои маркетингиро дар баланд бардоштани самаранокии фаъолияти истеҳсолкунандагони кишоварзӣ таҳқиқ намудааст (с.139 – 154). Муаллиф таъкид менамояд, ки дар шароити рақобати бозорӣ истифодаи дурусти стратегияҳои маркетингӣ имкон медиҳад, ки фаъолияти истеҳсолӣ ба талаботи истеъмолкунандагон мутобик гардида, сифати маҳсулот ва мавқеи рақобатии корхонаҳо беҳтар карда шавад (с.139 – 142).

Дар зербоби 3.3. «Тақмилдиҳии технологияи идоракунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзӣ дар бозори озуқаворӣ» муаллиф масъалаҳои тақмили механизми идоракунии маркетингро дар сатҳи корхонаҳои кишоварзӣ мавриди таҳлил қарор додааст (с.155 – 170). Муаллиф нишон медиҳад, ки самаранокии фаъолияти маркетингӣ аз ташкили дурусти низоми идоракунӣ, мавҷудияти иттилооти боэътимоди бозорӣ ва қобилияти истифодаи усулҳои муносири қабули қарорҳо вобастагӣ дорад (с.157 – 160).

Дар ин самт муаллиф роҳҳои ҷорӣ намудани технологияҳои нави идоракунии маркетинг, ташкили мониторинги доимии бозор, истифодаи воситаҳои рақамии таҳлилӣ ва баланд бардоштани сатҳи касбии кормандони соҳаи маркетингро пешниҳод менамояд. Қайд карда мешавад, ки истифодаи

чунин механизмҳо метавонад ба беҳтар гардидани банақшагирии фаъолияти истеҳсоли, кам намудани хавфҳои бозорӣ, афзоиши самаранокии фурӯш ва таҳкими мавқеи рақобатии корхонаҳои кишоварзӣ мусоидат намояд (с.155 – 161).

Дар маҷмӯъ, натиҷаҳои таҳқиқоти боби сеюм аҳаммияти амалии муҳим дошта, барои тақмили низоми идоракунии маркетинг дар хоҷагиҳои кишоварзӣ, самаранок истифода бурдани имкониятҳои бозорӣ ва таҳкими мавқеи маҳсулоти кишоварзии ватанӣ дар бозори озукаворӣ заминаи илмӣ фароҳам меоранд (с.155 – 164).

Дар қисми хулосавии диссертатсия натиҷаҳои асосии таҳқиқ ҷамъбаст гардида, хулосаҳои назариявӣ ва пешниҳодҳои амалии муаллиф оид ба тақмили фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ пешниҳод шудаанд (с.171 – 177).

7. Саҳми илмӣ докталаб дар ҳалли масъалаҳои илмӣ

Саҳми шахсии муаллиф дар он зоҳир мегардад, ки тамоми марҳилаҳои таҳқиқоти илмӣ мустакилона анҷом дода шудаанд. Аз ҷумла, интиҳоби мавзӯи таҳқиқот, асоснок намудани аҳамияти илмӣ ва амалии он, муайян намудани ҳадаф ва вазифаҳои таҳқиқот, ҷамъоварӣ, коркард ва, таҳлили маълумоти назариявӣ амалӣ, инчунин таҳияи хулосаҳо ва пешниҳодҳои илмӣ аз ҷониби муаллиф амалӣ гардидаанд.

Муаллиф масъалаҳои назариявии марбут ба фаъолияти маркетингиро ҳамчун ҷузъи муҳими низоми идоракунии иқтисодӣ таҳқиқ намуда, хусусиятҳои ташаккул ва рушди муносибатҳои маркетингиро дар корхонаҳои кишоварзӣ муайян кардааст. Ҳамзамон, самтҳои афзалиятноки тақмили механизми идоракунии фаъолияти маркетингӣ асоснок гардида, пешниҳодҳои мушаххас оид ба баланд бардоштани самаранокии истифодаи воситаҳо ва технологияҳои маркетингӣ таҳия шудаанд.

Дар ҷараёни таҳқиқот вазъи кунунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиши амиқ қарор гирифта, омилҳои асосии таъсиррасон ба самаранокии идоракунии маркетинг, маҳдудиятҳои мавҷуда ва захираҳои рушди минбаъдаи он муайян карда шудаанд. Дар асоси натиҷаҳои бадастомада хулосаҳои илмӣ ва тавсияҳои амалӣ таҳия гардида, онҳо дар мақолаҳои илмӣ ва дигар қорҳои илмӣ-интишорӣ инъикос ёфтаанд.

Натиҷаҳои таҳқиқоти анҷомдодашуда метавонанд барои рушди минбаъдаи асосҳои назариявӣ ва методии маркетинги кишоварзӣ, тақмили механизми идоракунии фаъолияти маркетингӣ ва ташаккули сохторҳои самаранокӣ хизматрасонии маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ мавриди истифода қарор гиранд. Пешниҳодҳо ва тавсияҳои муаллиф барои баланд

бардоштани самаранокии фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ, мутобиқсозии онҳо ба талаботи бозор ва таҳкими рақобатпазирии маҳсулоти кишоварзӣ аҳаммияти муҳим доранд.

8. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ

Муқаррароти асосии таҳқиқоти диссертатсионӣ дар 24 мақолаи илмӣ ба таъб расонидааст, ки аз ин шумора 6 мақола дар маҷаллаҳои илмии тақризшавандаи тавсиянамудаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон нашр гардидаанд.

Натиҷаҳои асосии таҳқиқот инчунин дар конференсияҳои байналмилалӣ, ҷумҳуриявӣ ва илмӣ - амалӣ пешниҳод ва муҳокима гардида, дар шакли маърузаҳои илмӣ ироа шудаанд.

9. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон

Диссертатсия ва автореферати он мазмунӣ асосии таҳқиқоти диссертатсиониро дар худ инъикос намуда, дар он навгонҳои илмӣ, ки ба ҳимоя пешниҳод карда мешаванд, баён гардидаанд.

Муқаддима, мубрами мавзӯи таҳқиқот, дараҷаи таҳқиқоти мавзӯи илмӣ, робитаи таҳқиқот бо барномаҳо (лоиҳаҳо) ва мавзӯҳои илмӣ, мақсади таҳқиқот, вазифаҳои таҳқиқот, объекти таҳқиқот, мавзӯи таҳқиқот, навгонҳои илмӣ таҳқиқот, аҳаммияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот, нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳо, мутобиқати диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ, саҳми шахсии довталаби 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 мукамал моҳияти диссертатсияро инъикос менамоянд.

Аutoreферати диссертатсия мутобиқи талаботи муқарраргардида оид ба қорҳои илмӣ дараҷаи илмӣ иқтисодӣ таҳия гардида, мазмун, ҳадаф ва натиҷаҳои асосии таҳқиқоти анҷомдодашударо инъикос менамояд. Дар он масъалаҳои асосии таҳқиқот, натиҷаҳои бадастомада, хулосаҳои илмӣ ва пешниҳодҳои амалии муаллиф ба таври пайдарпай пешниҳод гардида, аҳамияти назариявӣ ва амалии онҳо нишон дода шудааст. Мундариҷаи автореферат бо самти таҳқиқот мувофиқат дошта, дастовардҳои асосии илмӣ диссертантро пурра инъикос менамояд.

10. Эроду тавсияҳо барои беҳтар гардонидани сатҳи илмию назариявӣ ва амалии диссертатсия

Дар баробари муваффақиятҳо, дастоварду пешниҳодҳои илмӣ дар диссертатсия баъзе камбудҳои низ ба назар мерасанд, ки ба инобат гирифтани онҳо барои таҳқиқоти ояндаи диссертант аз аҳаммият ҳолӣ нестанд.

Ба сифати эроду тавсияҳо ба диссертатсияи тақризшаванда чунин нуктаҳоро қайд намудан мумкин аст:

1. Дар қисмати мукаддимаи диссертатсия мубрам будани мавзуи таҳқиқот, дараҷаи таҳқиқи мавзуи илмӣ, объект, мақсад ва наwgонии таҳқиқот пурра ошкор нагардидааст. Хуб мешуд, агар муаллиф дар ин қисмат ба стратегияҳо, қонунҳо, барномаҳои давлатӣ ва ақидаҳои олимони ватанӣ бештар таъяс намуда, мубраммият, объект, мақсад ва наwgонии таҳқиқотро ба таври амиқ ошкор ва арзёбӣ менамуд;

2. Дар боби якуми диссертатсия зербоби 1.1. аз қониби муаллиф асосҳои концептуалии рушди маркетинг дар соҳаи кишоварзӣ мавриди омӯзиш қарор дода шудааст, аммо баҳси илмӣ кам дида мешавад. Дар қадвали 1.1. саҳифаи 25 таърифҳои мафҳуми маркетинг аз нигоҳи олимони ватанию хориҷӣ оварда шудааст. Хуб мешуд, ки дар ин қадвал муаллиф мафҳумҳои маркетинги кишоварзӣ ва ё идоракунии фаъолияти маркетингро мавриди баррасӣ қарор медод, зеро таҳқиқоти диссертатсионӣ ба масъалаҳои идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзӣ бахшида шудааст;

3. Хуб мешуд, агар муаллиф дар боби якум зербоби 1.3. таҷрибаи хориҷии идоракунии фаъолияти маркетингро дар соҳаи кишоварзӣ мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор дода, таъбиқи онро мутобиқ ба шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таври мушаххас пешниҳод менамуд;

4. Дар диссертатсия аз қониби муаллиф омилҳои таъсиррасон ба рушди фаъолияти маркетингии қорхонаҳои кишоварзӣ мавриди таҳлил қарор дода нашудааст. Хуб мешуд агар муаллиф дар боби дуюм зербоби 2.2. омилҳои таъсиррасон ба рушди фаъолияти маркетингии қорхонаҳои кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистонро мавриди таҳқиқ ва таҳлил қарор дода, тавсияҳои машаххаси илмӣ-амалӣ қиҳати ҳалли мушкилоти соҳа пешниҳод менамуд.

Ҳамзамон, гузаронидани таҳқиқоти маркетингӣ, махсусан таҳияи пурсишнома қиҳати муайян намудани мушкилоти идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи кишоварзии Ҷумҳурии Тоҷикистон мувофиқи мақсад мегардид;

5. Агар муаллиф дар боби сеюми диссертатсия ба самтҳои афзалиятноки рушди маркетинги кишоварзӣ ба масъалаҳои рақамикунонии маркетинги кишоварзӣ, иқтисоди сабз ва истифодаи зеҳни сунъӣ диққати махсус медод, сифати қор боз ҳам беҳтар ва замонавӣ мегардид;

6. Дар диссертатсия баъзе хатоҳои имлоӣ ва техникӣ низ ба чашм мерасанд.

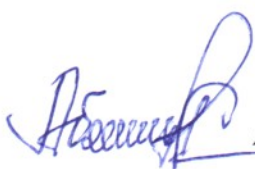
Эроду тавсияҳои зикршуда ба сатҳи илмию амалии таҳқиқоти мазкур таъсири манфӣ намерасонад ва метавонад аз ҷониби муаллиф зимни таҳқиқотҳои оянда ба инобат гирифта шаванд.

11. Хулоса оид ба диссертатсия

Диссертатсияи Азиззода Маҳваш 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) таҳқиқоти илмӣ анҷомёфта буда, ба талаботи пешниҳодгардидаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯй ва муаллифи он сазовори дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ мебошад.

Муқарризи расмӣ:

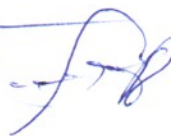
номзади илмҳои иқтисодӣ, и.в. дотсенти
кафедраи менеҷмент, маркетинг
ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи
давлатии тиҷорати Тоҷикистон

 Абдурахмон Ҳ.

Имзои н.и.и., и.в. дотсент Абдурахмон Ҳ. - ро тасдиқ менамоям.

Сардори шуъбаи кадрҳо ва корҳои
махсуси Донишгоҳи давлатии
тиҷорати Тоҷикистон





Пирзода С.

Суроға: 734061, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯчаи Дехотӣ, ½.
Тел.: + 992 (37) 234-83-46, Факс: + 992 (37) 234-85-46,
Почтаи электронӣ: tguk 2025@gmail.com,
Сомонаи расмӣ: www.tguk.tj.
“ 24 ” “ 07 ” 2026

Суроғаи муассиса:

734061, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯчаи Дехотӣ ½, Тел.: (+992) 907704890; e-mail: tguk 2025@gmail.com; Сомонаи расмӣ: www.tguk.tj.