

«Тасдиқ мекунам»

Ректори Донишгоҳи аграрии
Тоҷикистон ба номи Шириншох
Шоҳтемур д.т.ш., профессор
Маҳмадёрзода У.М.
17.07.2025 соли 2025



ТАҚРИЗИ

муассисаи пешбар ба диссертатсияи Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович дар мавзӯи «Мукамалгардони фаъолияти маркетингӣ дар шароити муосир (дар мисоли соҳибкории экологӣ)», барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯйи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101- Маркетинг)

1. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисосҳо ва самтҳои илм, ки аз рӯйи онҳо диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст. Чуноне, ки аз муҳтавои рисола бармеояд, муқаррароти асосии таҳқиқоти анҷомёфта ба бандҳои зерини Шиносномаи феҳристи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101- Маркетинг): 1. Ҷанбаҳои назариявӣ ва самтҳои муосири рушди сиёсати бозории ширкатҳо дар асоси концепсияи маркетинг; 2. Асосҳои методологӣ, мундариҷа, шаклҳо ва усулҳои маркетинги стратегӣ ва амалиётӣ; 3. Идоракунии фаъолияти маркетингӣ, самтҳо ва шаклҳои ташкили маркетинг ва мутобиқсозии онҳо ба шароитҳои бозории тағйирёбанда дар иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва бозорҳои ҷаҳонӣ; 5. Маркетинги дохилиташкилотӣ, ҳадафҳо ва таъсири он ба натиҷаҳои ниҳонии фаъолияти ширкатҳо. Маркетинги муносибатҳо ҳамчун унсури стратегияи корпоративӣ; 6. Ташаккул ва рушди низомҳои муттаҳидшудаи иттилооти маркетингӣ, идоракунии муносибатҳо бо истеъмолкунандагон; 8. Баҳодиҳии фаъолияти рақибон, истифодаи он дар сиёсати маркетингии ширкат, бенчмаркинг; 9. Баланд бардоштани рақобатпазирии молҳо (хизматрасониҳо) ва ширкатҳо, омилҳои рақобатпазирӣ дар шароитҳои гуногуни бозорӣ; 19. Усулҳои ташкили маркетинги мустақим ва шароитҳои татбиқи он; 21. Маркетинги иҷтимоӣ-ахлоқӣ дар баландбардории уҳдадорӣҳои иҷтимоии бизнес; 23. Рушди шакл ва усулҳои муосири фаъолияти рекламавӣ, ташкил ва баҳодиҳии самарбахшии реклама дар низоми коммуникатсияҳои маркетингӣ; 24. Идоракунии пешбарӣ (таблиғ)-и молу хизматрасониҳо, аз ҷумла идоракунии фаъолияти намоишгоҳӣ.

2. Мубрам будани мавзуи диссертатсия. Таҷрибаи рушди маркетинг дар корхонаҳои ватанӣ нишон медиҳад, ки дар марҳилаи аввал маркетингро ҳамчун фаъолияти тиҷоратӣ фурушӣ ё рекламавӣ қабул менамуданд.

Баъдтар дарк мешавад, ки маркетинг ин такмили кори ягон воҳиди «анъанавии» корхона (фуруш, истеҳсоли ва ғайра) нест, балки иҷрои вазифаи принсипан нави муносибат бо бозор аст, вақте ки тамоми фаъолияти корхона ба талаботи истеъмолкунандагон нигаронида шудааст.

Дар баробари инкишоф ёфтани муносибатҳои бозорӣ, маркетинг ба системаи умумии идоракунии корхона бештар ворид мешавад, вақте ки асоси қабули қариб ҳама қарорҳои истеҳсоли, маркетингӣ, молиявӣ, маъмурӣ ва дигар маълумотҳо аз бозор мебошанд.

Маркетинг ба сифати концепсияи илмӣ ва низоми ба он асосёфтаи идораи фаъолияти истеҳсоли ва фуруш маҷмӯи вазифаҳои ташкилӣ, техникӣ, молиявӣ ва дигар вазифаҳои тиҷоратии доираи фуруши молҳо ва хизматҳоро асоснок мекунад. Вай муносибати мукаммали фаъолияти идораро, ки дорои мақсади аниқ ва механизми бадастоварии он аст, таъмин карда, аз ин ҷиҳат характери байнисоҳавӣ дорад. Шаклҳои мушаххас ва мундариҷаи фаъолияти маркетингӣ аз амалиёти корхона вобаста аст, лекин муносибат умумист: ҳамаи чорабиниҳо ба таври мукамал, яъне дар робитаи зич бо фуруш, бо воғуздорандагони ашъи хом, инчунин дар алоқамандӣ бо имкониятҳои ҳуди истеҳсоли ва фуруш дида баромада мешаванд.

Дар заминаи рушди муносибатҳои бозорӣ, пурқувват гардидани мавқеи маркетинг дар иқтисодиёти корхонаҳо ва васеъ гардидани ҷаҳонбинии истеъмолкунандагон Концепсияи маркетинги иҷтимоӣ ва ахлоқӣ (оммавӣ) ташаккул меёбад. Ин концепсия вазифаи корхонаро, ки эҳтиёҷот, талабот ва манфиатҳои бозорҳои мақсаднок ва қонеъ кардани эҳтиёҷот нисбат ба рақибон ба таври муассиртар, ҳангоми нигоҳ доштан ё таҳкими некуаҳволии истеъмолкунандагон ва ҷомеаро дар маҷмӯъ муайян мекунад.

Аз ҳамин нуқтаи назар омӯзишу таҳлилу натиҷагирии идоракунии раванди маркетинг дар субъектҳои соҳибкории экологӣ, нақш ва самтҳои мукамалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ дида баромада шуда, мушкилоту камбудии дар ин самт ҷойдоштаро ошкор намуда, таъсири ин гузоришҳоро ба самаранокии фаъолияти маркетингӣ дар мисоли субъектҳои хоҷагидори кишвар мавриди баррасӣ қарор дода шуда аст.

Бо назардошти мушкилоти ҷойдошта диссертатсияи Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович меҳнати анҷомёфтаи илмӣ таҳассусӣ

мебошад, ки роҳи ҳалли нави як масъалаи таъхирнопазири илмиро ифшо намудааст. Тамоюлҳои муосири рушди маркетинг нишон медиҳанд, ки гарчанде маркетинг асосан дар як назарияи муайян сохта шуда бошад ҳам, баъзе масъалаҳо, аз ҷумла масъалаҳои марбут ба татбиқи амалии он соҳаи соҳибкории экологӣ ҳанӯз ҳалношуда боқӣ мемонанд, ки муҳимияти интиҳоби мавзӯи таҳқиқоти илмӣ, ҳадаф ва вазифаҳои онро нишон медиҳад.

3. Натиҷаҳои мушаххаси илмӣ (бо нишон додани наwgонӣ, аҳамияти илмӣ ва амалии онҳо)

Аз нигоҳи мо унсурҳои наwgониҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ, ки муаммоҳои илмӣ аз тарафи муҳаққиқ гузошташударо хеле сахт тавсиф медиҳанд, чунинанд:

- дар диссертатсия таҳқиқи ҷанбаҳои назариявӣ танзими фаъолияти маркетинг дар соҳаи соҳибкории экологӣ анҷом дода шуда, дар асоси таҳқиқ ва омӯзиши адабиётҳои ватанӣ хориҷӣ хусусиятҳои он ва масъалаҳои татбиқи он муайян карда шудааст. Омилҳои ба ин раванд таъсиррасон аниқ карда шудаанд;

- дар асоси таҳқиқи омӯзиш равишҳои муосири маркетинг дар соҳаи соҳибкории экологӣ асоснок карда шудаанд. Дар асоси таҷрибаи ширкатҳои хориҷӣ зарурияти фаъолияти маркетинг дар соҳаи соҳибкории экологӣ муайян ва пешниҳод гардидаанд;

- аз ҷониби муаллиф таҳлили нишондиҳандаҳои иқтисодӣ ва экологии вазъи кунунӣ ва тамоюлҳои рушди фаъолияти маркетингии соҳаи соҳибкории экологӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон гузаронида шуда, тадбирҳои зарурии тақмили сохтори он пешниҳод карда шудааст;

- диссертант дар таҳқиқоти худ усулҳои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингиро дар соҳаи соҳибкории экологӣ дар шароити иқтисоди бозаргонӣ таҳия ва пешниҳод намудааст;

- бо назардошти рушди шаклҳои нави фаъолияти маркетингӣ, бахусус дар соҳаи соҳибкории экологӣ, муаллиф омилҳои таъсиркунанда ва танзими онҳоро дар шароити иқтисоди бозаргонӣ асоснок ва пешниҳод намудааст.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда: Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқ, дурустӣ ва асоснокии натиҷаҳои таҳқиқ, хулосаҳо оид ба интиҳоби усулҳо дар раванди таҳлилу таҳқиқи мавзӯ, миқдори зарурии маводе, ки дар ҷараёни таҳқиқ истифода мешаванд, эътимоднокии манбаъҳои иттилоотии ҷамъовардашудаю коркардшуда оид ба мавзӯи мазкур, бо тасдиқи муқаррароти илмӣ пешниҳодкардаи муаллиф, ки дар рисолаи диссертатсионӣ мавҷуданд, инчунин, нашрияҳо тасдиқ карда мешаванд.

Хулоса ва тавсияҳо дар асоси таҳлили илмӣ натиҷаҳои таҳқиқоти назариявӣ ва эмперикӣ пешниҳод гардидаанд.

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

Аҳаммияти илмию амалии таҳқиқро натиҷаҳои илмӣ ва амалии тадқиқоти ҷандинсолаи муаллиф оид ба таъмини такмили фаъолияти маркетингӣ дар шароити имрӯза дар баҳши соҳибкорӣ экологиро дар бар мегирад. Муқаррароти илмӣ ва тавсияҳои амалии дар кори диссертатсионӣ таҳияшуда имкон медиҳанд, ки дар сатҳи нисбатан баланди илмӣ ва методӣ, ҷанбаҳои назариявӣ, методологӣ ва амалии ташаккули сиёсати муваффақи фаъолияти маркетингӣ ва ҳалли вазифаҳои такмили механизми мукамалгардонии он ҳалли ҳамаҷонибаи худро ёбанд. Баъзе коркардҳои илмӣ натиҷагиришудаи диссертатсияро дар чараёни таълим, зимни тадриси фанҳои таълимии «Асосҳои маркетинг», «Маркетинги стратегӣ», «Маркетинг дар соҳаҳо ва доираҳои фаъолият», дар факултетҳои самти иқтисодии муассисаҳои таҳсилоти олии касбии мамлакат истифода бурдан мумкин аст.

Аҳаммияти амалии таҳқиқоти диссертатсионӣ. Аҳаммияти амалии таҳқиқ дар имконияти истифода шудани натиҷаҳои илмӣ бадастомада аз тарафи субъектҳои хоҷагидор, бахусус баҳши соҳибкорӣ экологӣ ҳангоми коркард ва таҳияи сиёсати иқтисодии кишвар дар баҳши хизматрасонии маркетингӣ, қабули концепсияҳои миллий дар самти такмил додани рушди хизматрасонии маркетингӣ дар Вазорати саноат ва технологияҳои нав, Вазорати рушди иқтисод ва савдо ва дигар субъектҳои хоҷагидор истифода карда шавад. Нуктаҳои асосии илмӣ диссертатсияро метавон ба сифати асоснокии назариявӣ-методологӣ таҳқиқоти минбаъда ва ҳалли амалии таҳияи сиёсати маркетингии баҳши соҳибкорӣ экологӣ истифода бурд. Ҳангоми баррасии мавзӯ, муаллиф ба равияҳои концептуалӣ, ки дар монографияҳои илмӣ, маводи конференсияҳои илмӣ-амалӣ, ҳисоботи илмӣ марказҳои намоёни илмӣ баён гардидаанд, инчунин, ба қонунҳо, стратегияву барномаҳои давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон таъия намудааст.

6. Мазмунӣ кори диссертатсионӣ:

Дар муқаддима мубрами ва зарурати баргузории таҳқиқ асоснок карда шуда, тавсифи умумии таҳқиқ таҳия гардида, нуктаҳои ҳимояшавандаи диссертатсия ва истифодаи натиҷаҳои он қушода шудаанд.

Боби якуми диссертатсия «Асосҳои назариявӣ методии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ» ном гирифта, дар он ҷанбаҳои назариявии ташаккул ва рушди фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ, принципҳои асосии ташкил ва рушди фаъолияти маркетингӣ дар баҳши соҳибкорӣ ва таҷрибаи ҷаҳонӣ

рушди низоми маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ мавриди таҳқиқу баррасӣ қарор дода шуда аст. (сах. 16-65).

Дар зербоби 1.1.-и диссертатсия назари олимони хориҷӣ ва ватаниро оид ба моҳияти маркетинг ва хизматрасониҳои маркетингиро ҷамъоварӣ карда, дар ҷадвали 1.1.2. нишон дода аст. Аз нигоҳи муаллиф маркетинг – фаъолияти ташкилӣ ва маҷмуи равандҳо барои эҷод, пешбарӣ ва пешниҳоди маҳсулот ё хизматрасониҳо барои қонеъ кардани ниёзҳои муштариён ва идоракунии муносибатҳо ба манфиати ширкат мебошад. Хизматҳои маркетингӣ на мол ё маҳсулот, балки як категорияи васеи фаъолияти маркетингӣ мебошанд, ки ба фурӯши ҳама молҳо ва маҳсулот нигаронида шудаанд, (сах.22). Дар ҳамин зербоб муаллиф ақидаи олимони хориҷӣ ва ватаниро оид ба мафҳуми соҳибкории экологӣ ҷамъбаст намуда дар ҷадвали 1.1.3. пешниҳод намудааст. Дар ин ҷо ба ақидаи муаллиф соҳибкории экологӣ – фаъолиятест, ки ба истеҳсоли молҳо, иҷрои корҳо ва хизматрасониҳо машғул буда, ҳадафи асосии он ҳифз ва барқарорсозии муҳити зист ва захираҳои табиӣ бо мақсадҳои зерин: ҳифз ва беҳтар намудани сифати муҳити зист, коҳиш додани таъсири манфии системаи хоҷагӣ ба муҳити табиӣ, таъмини беҳатарии экологӣ, сарфаи захираҳои табиӣ, баланд бардоштани масъулияти экологии шахрвандон ва корхонаҳо, (сах 23). Дар рафти таҳқиқот муаллиф аз зербоб хулосагирӣ менамояд, ки фаъолияти маркетингии бахши соҳибкории экологӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон марҳилаи нави рушдро паси сар менамояд (сах. 30).

Дар зербоби 1.2. диссертант принципҳои асосии ташкил ва рушди фаъолияти маркетингиро дар бахши соҳибкорӣ пешбинӣ намуда, ҳамзамон ба таҳлили концепсияҳои маркетинг таваҷҷуҳи хосса зоҳир намудааст. Муаллиф дар асоси омӯзиши ақидаҳои олимони хориҷӣ ва ватанӣ таснифи принципҳоро аввал таҳти принципҳои асосии фаъолияти маркетингӣ (расми 1.2.1., сах. 32) ва баъдан ҳамчун принципҳои асосии маркетинг (расми 1.2.2., сах. 44) мавриди баррасӣ қарор дода, моҳияти онҳоро вобаста ба диди худ ифшо намудааст. Натиҷаи таҳқиқи зербобро хулоса намуда муаллиф қайд менамояд, ки рушди таҳаввулоти фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ бо тағйироти иқтисодии ҷаҳонӣ, гузариш аз шаклҳои гуногуни ибтидоии пешбурди мол аз ҷониби истеҳсолкунандагон ва худӣ фурӯшандагон, тавассути ташаккули воҳидҳои сохторӣ ва ширкатҳои алоҳида, ки бо пешниҳоди хизматҳои маркетингӣ машғул буданд, мавриди омӯзиш ва баррасӣ қарор гирифтаанд (сах. 48).

Дар зербоби 1.3. муҳаққиқ таҷрибаи ҷаҳонии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкориро баррасӣ намуда, нуктаҳои асосӣ ва усулҳои гуногуни хизматрасонии маркетингиро тибқи амалкарди

ширкатҳои хориҷӣ муайян кардааст ва таҷрибаи амалии корхонаҳои мамлакатҳои хориҷиро барои истифода дар раванди фаъолияти соҳибкории истеҳсоли дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод намудааст.

Диссертант фаъолияти маркетингии давлатҳои хориҷиро таҳлил намуда қайд менамояд, ки Иёлоти Муттаҳидаи Амрико ҳамчун яке аз пешсафон дар савдои ҷаҳонӣ қодир аст ба ҳама кишварҳои дигар таъсир расонад. Ин муваффақият асосан тавассути истифодаи усулҳои гуногуни фаъолияти маркетингӣ барои ҳавасмандгардонӣ ва пешбурди маҳсулот ба даст меояд (саҳ. 50).

Ҳангоми баррасии масъала муҳаққиқ аз таҷрибаи ширкатҳои хориҷии як қатор давлатҳои пешрафта, аз ҷумла ИМА, Япония, кишварҳои Аврупои Ғарбӣ истифода намуда, ҳамзамон фаъолияти ширкатҳои давлатҳои рӯ ба тараққиро ба монанди Амрикои Лотинӣ, Африқо, Ховари Миёна ва Осиё мавриди омӯзиш қарор додааст (саҳ. 51-60).

Боби дуюми диссертатсия «Таҳлили вазъи муосири фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ» унвон гирифта, дар он раванди баҳодиҳӣ, усулҳои таҳлил ва омилҳои таъсиррасон ба соҳаи фаъолияти маркетинг, таҳлили сифати фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатии Ҷумҳурии Тоҷикистон ва хавфҳои таъсиррасонанда ба рушди фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ ба риштаи таҳлил кашида шудааст (саҳ. 65-111).

Дар зербоби 2.1.-и диссертатсия муаллиф омӯзиши худро ба таҳлили омилҳои таъсиррасони ба раванди нархгузори маҳсулоти экологӣ равона намуда, ҳамзамон таҳлили маҷмуи маркетингро (4Р) дар мисоли соҳибкории экологӣ баррасӣ ва баҳогузорӣ намудааст (саҳ. 69-70). Дар давоми таҳлил диссертант субъектҳои хоҷагидорро ба се гурӯҳ ҷудо намуда аз рӯйи нишондиҳандаҳои маблағӣ ба VIP-мизочон, мизочони миёна ва мизочони дигар гурӯҳбандӣ намудааст (саҳ. 73-75).

Дар зербоби 2.2. бо мақсади баҳодиҳӣ ва таҳлили сифати хизматрасониҳои маркетингӣ ва нишондиҳандаҳои иқтисодии субъектҳои хоҷагидор як қатор корхонаҳои саноатӣ интихоб шуда мавриди таҳлил қарор гирифтаанд (саҳ. 79-98).

Дар ҷадвали 2.2.1. муаллиф фаъолияти иқтисодии ҶДММ “Фабрикаи шири Саодат”-ро таҳлил намуда, аз ҷумла қайд менамояд, ки дар ҶДММ “Фабрикаи шири Саодат” ҳаҷми истеҳсолот сол то сол рушд ёфта, ҳамзамон шумораи коргарон зиёд гардидааст. Дар давоми таҳлили фаъолияти ширкати мазкур муаллиф оид ба намудҳои маҳсулоти аз ҷиҳати экологӣ тозаи корхона ёдовар шуда, маҳсулоти брендии онро номбар намудааст. Ба андешаи муаллиф таҷрибаи шӯъбаи маркетингии

ЧДММ “Фабрикаи шири Саодат” барои субъектҳои хоҷагидори соҳибкории экологӣ метавонад намунаи ибрат гардад.

Корхонаи дигари саноатии интихобнамудаи диссертант ҶСК “Ширин” - фабрикаи қаннодӣ мебошад. Муаллиф ҳангоми таҳлили фаъолияти корхонаи мазкур асосан ба самтҳои таърих, ташкилӣ, сохтор ва номгӯии маҳсулоти истеҳсолшаванда диққати ҷиддӣ додааст (саҳ. 84-88).

Объекти омӯзиши дигари диссертант дар қори илмӣ ҶСК “Тоҷикгидроэлектромонтаж” мебошад. Муаллиф оид ба фаъолияти корхонаи мазкур қайд менамояд, ки яке аз ҳадафҳо ва самтҳои асосии фаъолияти соҳибкории экологӣ ин истеҳсоли энергия аз ҷиҳати экологӣ тоза ба ҳисоб меравад. Баъдан фаъолияти ширкати болозикрро таҳлил намуда оид ба таъминоти захираҳои кадрӣ, дороиҳои корхона, фонди музди меҳнат, андозаи даромад ва ғойдаи софи ҷамъият ва ҳаҷми Ҷҳаддориҳои дебиторӣ ва кредиторӣ корхона маълумот пешниҳод намудааст. Инчунин, фаъолияти молиявӣ хоҷагии корхонаро таҳлил намуда, ба хулосае омадааст, ки дар ҷамъияти мазкур фаъолияти хизматрасонии маркетингӣ дар сатҳи зарурӣ ба роҳ монда шудааст.

Ба ҳамин монанд дар раванди таҳқиқот фаъолияти ширкати дигари саноатӣ ҶСК “Тоҷиксеме́нт” мавриди омӯзиш ва таҳлил қарор гирифтааст. Нишондиҳандаҳои молиявӣ корхона дар давоми солҳои 2020-2022 таҳлил гардида фаъолияти маркетингии он мавриди баррасӣ қарор дода шудаанд ва аз ҷониби муаллиф мусбӣ арзёбӣ гардидааст.

Зербоби 2.3. арзёбии моҳияти маркетинг ва хавфҳои таъсиррасонанда ба рушди фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ номгузорӣ шуда, дар он таҳлили асосҳои назариявӣ маркетинги иҷтимоӣ гузаронида шуда, ҳамзамон оид ба мавҷудияти хавфҳои гуногуни хусусияти экологидошта мавриди таҳқиқ қарор гирифтаанд (саҳ. 99-111).

Ба андешаи муаллиф намудҳои асосии хавфҳои экологӣ мавҷуд аст, ки дар фаъолияти истеҳсоли тижоратии соҳибкории экологӣ монеа эҷод мекунанд ва сохторҳои ҳадамоти маркетингии ширкат бояд онҳоро зерӣ назорати қатъӣ қарор диҳанд. Дар идома муаллиф таснифи хавфҳои экологиро пешниҳод намудааст (ҷадвали 2.3.1., саҳ. 101).

Муаллиф дуруст қайд мекунад, ки пайдо шудани хатари экологӣ метавонад боиси талафоти гуногуни молиявӣ, моддӣ ва дигар гардад (саҳ. 103).

Дар боби сеюми диссертатсия «Самтҳои афзалиятноки мукамалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ» масъалаҳои мукамалгардонии танзим ва дастгирии давлатии фаъолияти маркетингӣ дар бахши хусусӣ, самтҳои асосии тақмили

фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ ва мукамалгардонии самтҳои афзалиятноки фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ мавриди таҳқиқи амиқ қарор дода шудаанд, (саҳ.112-148).

Дар зербоби 3.1. муаллиф моҳияти танзими давлатии фаъолияти соҳибкориро ифшо намуда мавқеи давлатро дар чараёни амалисозии сиёсати иқтисодӣ нисбати фаъолияти соҳибкорӣ инъикос намудааст.

Муаллиф қайд менамояд, ки тибқи таҷрибаҳои омӯхта маълум гардид, ки давлат бояд дастгирии мустақим ва ғайримустақими соҳаи саноатро, чӣ аз ҷиҳати истеҳсолот ва чӣ аз ҷиҳати танзими бозор аз ҳисоби воситаҳои буҷети ҷумҳуриявӣ ва буҷетҳои маҳаллӣ амалӣ созад (саҳ. 115).

Ҳамчунин дар зербоби мазкур муаллиф ба масъалаҳои шаклҳои танзим ва дастгирии давлатии соҳаи иҷтимоию иқтисодӣ (расми 3.1.1., саҳ. 115, расми 3.1.4., саҳ. 121), унсурҳои танзим ва дастгирии давлатӣ (расми 3.1.3., саҳ 120), камбудии низоми бозор (расми 3.1.2. саҳ. 118) диққати ҷиддӣ дода натиҷаҳои онро таҳлил намудааст.

Дар зербоби 3.2. муаллиф самтҳои асосии тақмили фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологиро мавриди таҳқиқ қарор дода, функсияҳои асосии фаъолияти маркетингиро муайян ва тасниф намудааст. Дар асоси функсияҳои интихобшуда вазифаҳои фаъолияти маркетингӣ дар раванди кории корхона пешниҳод шудаанд (расми 3.2.2., саҳ. 128).

Муаллиф дуруст қайд менамояд, ки дар замони ҳозира кулли фаъолияти соҳибкорӣ дар асоси технологияҳои муайяни иттилоотӣ амалӣ карда мешавад (саҳ. 130). Технологияҳои иттилоотӣ яке аз омилҳои муайянкунандаи фаъолияти самараноки ширкатҳо ба ҳисоб мераванд.

Зербобро хулоса намуда, диссертант менависад, ки идоракунии босамари хизматрасониҳои маркетингӣ дар фаъолияти соҳибкории экологӣ амри зарурӣ маҳсуб ёфта, метавонад дар рушди ҳамаҷонибаи истеҳсолию иқтисодии ширкат саҳми арзанда гузорад.

Дар зербоби 3.3. диссертатсия муаллиф ибраз меорад, ки дар замони ҳозира мукамалгардонии идоракунии хизматрасонии маркетингӣ ҷузъи ҷудонашавандаи фаъолияти соҳибкорӣ ба ҳисоб меравад (саҳ. 135) ва дар ин замина як қатор тадбирҳоро таҳия намудааст, аз ҷумла зарурати сохтори фаъолияти маркетингӣ тавассути ташкили системаи дохилии ҷамъоварӣ ва мубодилаи иттилоот барои бартарафсозии камбудии системаи иттилоотии корхона (саҳ. 135).

Инчунин, дар асоси тадқиқоти гузаронидашуда якчанд роҳҳои таъминии беҳдошти молиявии соҳибкории экологиро пешниҳод намудааст (саҳ. 137-138).

Дар қисмати хулосаи диссертатсия натиҷаҳои асосии таҳқиқ ҷамъбааст ва дар асоси онҳо тавсияҳои дахлдор ироа гардидаанд.

7. Мутобиқати таҳассуси илмӣ довталаб ба дараҷаи илмӣ дархостшаванда. Чуноне аз шиносӣ бо муҳтавои асноду мадорики пешниҳоднамудаи диссертант бармеояд, таҳассуси илмӣ ӯ ба дараҷаи илмӣ дархостнамудааш мутобиқат менамояд. Натиҷаҳои илмӣ бадастовардаи муаллифи диссертатсия ба таҳассуси илмӣ довталаби дараҷаи илмӣ ва талабот ба чунин намуди корҳо мувофиқат мекунанд. Ҳангоми тавсифи довталаб ба ҳайси корманди илмӣ сифатҳои шоистаи ӯро, чун донишомӯзӣ, қатъият, масъулиятшиносӣ, қобилияти дар сатҳи баланд ташкил кардани корҳои илмӣ-тадқиқотӣ, мустақилона қабул намудани қарорҳо ва муайян кардани роҳҳои расидан ба ҳадаф ва вазифаҳои гузошташуда махсус бояд таъкид кард.

8. Саҳми илмӣ довталаб дар ҳалли масъалаҳои илмӣ бо арзёбии аҳамияти он. Ҳамаи давраҳои иҷроиши нақшаи кори илмӣ, таҳияи мавзӯ, асосноккунӣ ва мубрамияти он, мақсади гузошташуда ва иҷрои вазифаҳо аз ҷониби муаллиф ба анҷом расонида шудааст. Дар ҷараёни тадқиқот муаллиф асосҳои назариявии методии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологиро омӯхта, самтҳои афзалиятноки мукамалгардонии фаъолияти маркетингиро дар соҳа коркард ва дурнамои рушди онро таҳия намудааст. Тавсияҳои методӣ ва амалии диссертатсияро дар ҷараёни таълим зимни тадриси фанҳои таълимии «Асосҳои маркетинг», «Маркетинги стратегӣ», «Маркетинг дар соҳаҳо ва доираҳои фаъолият», дар факултетҳои самти иқтисодии муассисаҳои таҳсилоти олии касбии мамлакат истифода бурдан мумкин аст.

9. Эроҳҳо ва ҳолатҳои баҳссталаб доир ба шаклгирии диссертатсия

Дар баробари муваффақиятҳо дастоварду пешниҳодҳои дақиқи илмӣ, дар кори диссертатсионӣ баъзе камбудҳои низ ба назар мерасанд, ки ба инобат гирифтани онҳо барои таҳқиқоти ояндаи диссертант аз аҳамият ҳолӣ нестанд:

1. Дар зербоби 1.1. муҳаққиқ назарияҳои олимони ватанӣ ва хориҷиро ҷамъоварӣ карда аст, аммо дар банди “дараҷаи омӯзиши мавзӯи мазкур” номи онҳо мавҷуд нест;

2. Муаллиф дар саҳ. 23 ақидаҳои олимони ватанию хориҷиро оид ба мафҳуми соҳибкории экологӣ иброз намудааст ва дар қатори онҳо ин мафҳумро аз нигоҳи худ чунин тавсиф намудааст “Соҳибкории экологӣ фаъолиятест, ки ба истехсоли молҳо, иҷрои корҳо

ва хизматрасониҳо машғул буда, ҳадафи асосии он хифз ва барқарорсозии муҳити зист ва захираҳои табиӣ бо мақсадҳои зерин мебошад:.....” . Ба ақидаи мо фаъолияти ҳама намуди соҳибкорӣ чӣ тичоратӣ ва чӣ экологӣ барои ба даст овардани ғоида равона карда шудааст ва дар шароити соҳибкории экологӣ ин истехсоли мол, хизматрасониҳои аз ҷиҳати экологӣ тоза буда, мақсади асосии он – зарар нарасонидан ба муҳити экологӣ мебошад.

3. Нигоҳи муаллиф ба принципҳои маркетинг ва фаъолияти маркетингӣ аз назарияи умумикабулшуда фарқ мекунад (сах.32-44). Принципи ягонаи заминавии маркетинг ин қонун гардонидани талаботи инсон мебошад. Дар ин замина панҷ принципи калидии дигар истифода мешавад.

4. Дар зербоби 2.1. муаллиф оиди гузаронидани тадқиқоти сотсиологӣ ва натиҷаҳои он ёдовар мешавад, мутаассифона нишондиҳандаҳои натиҷавии ин тадқиқот мавҷуд нестанд. Хуб мешуд, агар муаллиф оид ба муҳтавои саволҳо, шумораи пурсишшудагон ва ғоизи ҷавобҳои онҳо маълумот пешниҳод менамуд. Инчунин маводи тадқиқоти гузаронидашуда ба сифати замима ба қор ҳамроҳ карда мешуд.

5. Дар зербоби 2.2. муаллиф таҳлили сифатии фаъолияти маркетингии як қатор корхонаҳои саноатии кишварро мавриди омӯзиш қарор додааст. Объекти омӯзиш хеле васеъ буда, мутаассифона ҷадвалҳои таҳлили пешниҳодшуда вазъи воқеии фаъолияти ширкатҳои таҳқиқшударо пурра инъикос карда наметавонанд.

Эроду тавсияҳои зикршуда ба сатҳи баланди илмӣ амалии таҳқиқоти мазкур таъсири манфӣ намерасонанд ва метавонанд аз ҷониби муаллиф зимни таҳқиқоти минбаъда ба инобат гирифта шаванд.

10. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ.

Аз рӯи мавзӯи таҳқиқ 11 мақолаи илмӣ дар ҳаҷми 4,2 ҷ.ҷ., аз он ҷумла 7 мақола дар маҷаллаҳои тақризшавандаи ҚОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон нашр шудааст.

11. Мувофиқати матни автореферат бо мазмуни диссертатсия.

Автореферат бо мазмуни диссертатсия мувофиқат мекунад. Он дар шакли фишурда мундариҷаи асосӣ ва сохтори диссертатсияро инъикос намуда, асоснокӣ, муҳим будан, нағзони таҳқиқ, аҳаммияти назариявӣ амалӣ ва хулосаҳои асосии таҳқиқро пурра тавсиф менамояд. Автореферат ва қорҳои нашршуда бо мазмун ва муҳтавои бобу ғаслҳои рисола, маводи батабърасида (рисолаву дастурҳои таълимӣ, 11 мақола, ки 7 адади он дар маҷаллаҳои тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон) ҷоп шудааст, мувофиқ мебошанд.

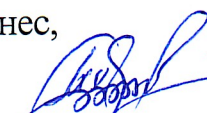
12. Хулосаи умумӣ.

Дар маҷмӯъ таҳқиқоти диссертатсияи Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович дар мавзуи «Мукамалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар шароити муосир (дар мисоли соҳибкории экологӣ)», таҳқиқоти нав буда, дорои наwgониҳои илмӣ аҳаммияти назариявӣ ва амалидошта мебошад ва яке аз мавзӯҳои нисбатан кам таҳқиқшуда, муҳрам ва баҳсталаби доираи илмҳои иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон махсуб меёбад.

Диссертатсия ба талаботи Низомномаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон барои таҳияи диссертатсияҳои аз рӯйи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101- Маркетинг) ҷавобгӯ буда, муаллифи диссертатсия Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович сазовори дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯйи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101- Маркетинг) мебошад.

Такриз дар ҷаласаи кафедраи маркетинг ва агробизнеси Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншох Шохтемур муҳокима ва тасдиқ карда шудааст (протоколи №10 аз 30 июни соли 2025). Дар ҷаласа иштирок доштанд: 9 нафар. Натиҷаҳои овоздиҳии кушод: тарафдор: 9 - нафар, зид - нест, бетараф - нест.

Раиси ҷаласа

Мудири кафедраи маркетинг ва агробизнес,
номзади илмҳои иқтисодӣ, и.в. дотсент  Х.Х. Ғуломов

Ташхисгар:

номзади илмҳои иқтисодӣ,
дотсент:  Ш.А.Бобоазизода

Котиби ҷаласа, омузгори калон  М.Б. Андалибова

Имзоҳои Ғуломов Х.Х., Бобоазизода Ш.А. ва Андалибова М.Б.-ро тасдиқ мекунам.

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

 А.Х. Курбонзода

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

« 4 » 07 2025с.