

**Ба Шурои диссертатсионии 6D.KOA-063
назди Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва
соҳибкории Тоҷикистон (734055, Ҷумҳурии
Тоҷикистон, шаҳри Душанбе, х. Борбад, 48/5)**

ТАҚРИЗИ

**муқарризи расмӣ, доктори илмҳои иқтисодӣ, дотсент, профессори кафедраи
менеджменти Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон Аминов
Иномҷон ба диссертатсияи Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович дар мавзӯи
“Мукаммалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар шароити муосир (дар
мисоли соҳибкории экологӣ), ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори
фалсафа (PhD), доктор аз рӯйи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 –
Маркетинг) пешноҳод шудааст.**

1. Мубрам будани мавзӯи диссертатсия. Дар марҳилаи кунунии рушди
ҷомеаи ҷаҳонӣ, ки бо таҳаввулоти ғавқулӯда бо суръати илмӣ-техникӣ ва
ҳамзамон бо вусъат ёфтани мушкилоти экологӣ ҳамроҳ аст, масъалаи
ҳамоҳангсозии манфиатҳои иқтисодӣ бо талаботи муҳити зист, аҳамияти
аввалиндараҷа пайдо мекунад. Таъсири омилҳои глобалӣ, аз қабili
тағйирёбии иқлим, камшавии захираҳои табиӣ, ифлосшавии муҳити атроф
ва таназзули экосистемаҳо, имрӯз кишварҳоро водор менамояд, ки самтҳои
нави рушди иқтисодиётро бо назардошти устуворӣ ва масъулияти экологӣ
ба роҳ монанд.

Дар ин замина, соҳибкории экологӣ ҳамчун шакли фаъолияти
иқтисодӣ, ки ба татбиқи технологияҳои “сабз”, коҳиши таъсири манфии
истеҳсолот ба муҳити зист ва таблиғи масрафи оқилона асос ёфтааст,
мавриди таваҷҷӯҳи муҳаққиқон қарор гирифтааст. Он на танҳо воситаи
татбиқи принципҳои рушди устувор, балки омили муҳими ташаккули
иқтисоди сабз арзёбӣ мегардад.

Бо вучуди ин, рушди соҳибкории экологӣ, махсусан дар кишварҳои рӯ
ба рушд чун Ҷумҳурии Тоҷикистон, бо як қатор мушкилоти сохторӣ ва
идоракунии рӯ ба рӯст. Аз ҷумла, набудани стратегияи идоракунии
маркетингӣ, сатҳи пасти иттилоърасонӣ ба аҳоли, нофаҳмиҳои марбут ба
арзиш ва фарқияти маҳсулоти экологӣ, набудани дастгирии муассири
давлатӣ монеаҳои ҷиддӣ дар рушду густариши соҳа мебошанд.

Дар ин замина, маркетинг, хоса маркетинги экологӣ, ҳамчун маҷмӯи равандҳо ва стратегияҳо барои ташаккули талабот, шинохти аудиторияи мақсаднок, муаррифии дурусти арзишҳои муҳити зист ва баланд бардоштани рақобатпазирии маҳсулоти «сабз» аҳамияти калидӣ касб мекунад. Маркетинги экологӣ бояд на танҳо ба фурӯши маҳсулот нигаронида шавад, балки ҳамчун воситаи муҳими ташаккули шуури нави иҷтимоӣ ва истиқрори масъулияти мутақобилаи истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда хидмат кунад.

Бо таваҷҷуҳ ба масъалаҳои номбаршуда, мавзӯи таҳқиқоти диссертатсионӣ — яъне «Мукаммалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар шароити муосир (дар мисоли соҳибкории экологӣ)» — аз ҷиҳати илмӣ ва амалӣ хеле саривақтӣ ва мубрам арзёбӣ мегардад. Ҳадафи он таҳияи тавсияҳои амалишаванда ва моделҳои муассири маркетингӣ барои тақмили самаранокии фаъолияти соҳибкории экологӣ мебошад.

Ҳамзамон, ин таҳқиқ дар заминаи татбиқи стратегияи давлатии гузариш ба иқтисоди "сабз", афзалиятҳои рушди соҳибкории хурду миёна ва рушди минтақаҳои устувор қарор дошта, метавонад саҳми назаррас дар қоркард ва татбиқи сиёсати миллии рушди устувор гузорад. Дар шароити Тоҷикистон, ки аксар минтақаҳои он дорои захираҳои табиӣ ва иқтисодии баланд барои рушди соҳибкории экологӣ мебошанд, ин мавзӯ аҳамияти махсуси миллию минтақавӣ касб мекунад.

Аз ин рӯ, мавзӯи мазкур дар робита бо раванди ҷаҳонии сабзгардонии иқтисодӣ ва эҳтиёҷи милли ба механизмҳои самараноки маркетингӣ барои соҳибкории экологӣ, ба таври воқеӣ дорои аҳамияти назариявӣ, методологӣ ва амалии баланд буда, метавонад барои ҳам муҳаққиқон ва ҳам амалдорони соҳаи иқтисоди милли ҳамаҷун заминаи устувори таҳлилӣ ва амалишаванда хизмат намояд.

2. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисосҳо ва самтҳои илм.

Диссертатсияи тақризшаванда ба бандҳои зерини Шиносномаи феҳристи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси 6D051100 - Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) мувофиқат мекунад: 1. Ҷанбаҳои назариявӣ ва самтҳои муосири рушди сиёсати бозории ширкатҳо дар асоси концепсияи маркетинг; 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 ниҳоии фаъолияти ширкатҳо. Маркетинги муносибатҳо ҳамчун унсури стратегияи корпоративӣ; 9. Баланс бардоштани рақобатпазирии молҳо (хизматрасониҳо) ва ширкатҳо, омилҳои рақобатпазирӣ дар шароитҳои гуногуни бозорӣ; 21. Маркетинги иҷтимоӣ-ахлоқӣ дар баландбардории уҳдадорӣ иҷтимоии бизнес, ки бо қарори Раёсати Комиссияи олии аттестатсионӣ назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тасдиқ шудааст, мувофиқат мекунад.

3. Дарҷаи наवгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуктаҳои илмие, ки барои ҳимоя пешниҳод карда мешаванд. Навгонии илмӣ диссертатсия дар таҳияи асосҳои назариявӣ амалии тақмили соҳибкорӣ экологӣ, мукамалгардонии механизми фаъолияти маркетингӣ ва дар ин асос пешниҳоди тавсияҳои илман асоснок доир ба мавзӯи таҳқиқот арзёбӣ карда мешавад.

Натиҷаҳои муҳими таҳқиқоти диссертатсионӣ, ки навовариҳои илмӣ онро инъикос намуда, барои ҳимоя пешниҳод шудаанд, аз инҳо иборат мебошанд:

- ҷанбаҳои назариявӣ танзими фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ баррасӣ гардида, хусусиятҳо ва масъалаҳои татбиқи он ошкор карда шуда, омилҳои таъсиррасон ба он аниқ карда шуданд. Мафҳум, маъно ва моҳияти хизматрасонии маркетингӣ, инчунин соҳибкорӣ экологӣ, ки дар рушди хоҷагии халқи Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳамчун фаъолияти самаранок ба ҳисоб меравад, мушаххас карда шудааст;

- омӯзиши равишҳои муосири маркетинг дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ ва таҷрибаи ширкатҳои хориҷӣ дар фаъолияти субъектҳои соҳибкорӣ асоснок карда шуданд. Дар асоси таҷрибаи ширкатҳои хориҷӣ равишҳои фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ муайян ва пешниҳод гардиданд;

- дар асоси таҳлили нишондиҳандаҳои иқтисодӣ ва экологӣ вазъи кунунӣ ва тамоюлҳои рушди фаъолияти маркетингии соҳаи соҳибкорӣ экологӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон тадбирҳои зарурии тақмили сохтори он бо роҳи беҳтар намудани нишондиҳандаҳои асосии механизмҳои маркетингӣ пешниҳод карда шудаанд;

- бо назардошти сифати махсуси афзояндагӣ ва нақши маркетинг дар иқтисодиёти муосир, омилҳои таъсиркунанда ва танзими онҳо дар шароити

иқтисоди бозор, инчунин зарурати фароҳам овардани муҳити мусоид барои фаъолияти маркетингӣ дар рушди соҳибкории экологӣ асоснок ва пешниҳод карда шудаанд;

- усулҳои асосии баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар шароити иқтисоди бозорӣ дар асоси баҳодиҳии афзалияти муқоисавии он дар соҳаи соҳибкорӣ таҳия, пешниҳод ва муайян карда шудаанд, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, махсусан дар фаъолияти соҳибкории экологӣ бартарияти ба рақобат тобовар доранд. Бо дарназардошти афзоиши рақобатпазирии фаъолияти соҳибкорӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон тадбирҳо барои тақмили усулҳои фаъолияти маркетингӣ пешниҳод карда шудаанд;

- тавсияҳои амалию методӣ оид ба тақмили механизми фаъолияти маркетингӣ дар баҳши соҳибкории экологии Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод гардидаанд.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсияи зикршуда. Хулосаҳо ва тавсияҳои илмие, ки дар диссертатсия пешниҳод шудаанд, дорои дараҷаи баланди асоснокии назариявӣ ва воқеияти амалӣ мебошанд. Муаллиф дар чараёни иҷрои таҳқиқот аз як қатор усулҳои муосири таҳлилӣ — аз ҷумла таҳайюлотӣ (абстраксия) илмӣ, таҳлил ва синтез, таҳлили сабабӣ-оқибатӣ, таҳлили маҷмӯавӣ ва низомӣ, усули муқоисакунӣ, усули таҳлили эмперикӣ, хулосабарорӣ, аналогия, таҳлили маълумоти омӯрӣ, ифодаёбии графикӣ, муқоисавӣ ва таҳлили системавӣ — истифода намуда, натиҷаҳои илмии бозэтимод ва далелнок ба даст овардааст. Хулосаҳои таҳқиқотӣ робитаи зич бо ҳадаф ва вазифаҳои гузашташуда дошта, бо сабки мантиқии илмӣ мураттаб гардидаанд. Онҳо ба таври возеҳ масъалаҳои таҳқиқотиро инъикос намуда, ҷавобгӯ ба муҳтавои умумии диссертатсия ва сохтори методологии он мебошанд. Асоснокии хулосаҳо дар асоси таҳлили муфассали вазъи бозори соҳибкории экологӣ, мушкилоти ҷойдошта, инчунин имкониятҳои рушди устувори он баён ёфтаанд. Тавсияҳои пешниҳодгардида, ба хусус, дар самти тақмили механизмҳои маркетингӣ, ҷорӣ намудани стратегияҳои муассири бозорӣ хусусияти амалӣ дошта, метавонанд дар фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ соҳаи мазкур бо мақсади баланд бардоштани самаранокӣ ва рақобатпазирӣ мавриди истифода қарор гиранд. Эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳо, инчунин, дар он ифода меёбад, ки онҳо бо маълумоти воқеӣ ва таҳлилҳои

бозътимод асоснок шуда, ба рӯйдодҳои воқеии иқтисодӣ ва иҷтимоӣ иртиботи мустақим доранд.

Диссертатсия аз муқаддима, се боб, нӯҳ зербоб, ҳулоса ва рӯйхати адабиёти истифодашуда иборат аст, ки дар 182 саҳифа ҷоп карда шуда, 20 ҷадвалу 30 расм дорад. Рӯйхати адабиёти истифодашуда 253 номгӯйро дар бар мегирад.

Дар муқаддима (с. 4-15) мубрамиёт ва дараҷаи таҳқиқи мавзӯи илмӣ, робитаи таҳқиқот бо барномаҳо ва мавзӯҳои илмӣ, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, объект ва мавзӯи он, фарзияи таҳқиқот, асосҳои назариявӣ ва методологӣ, сарчашмаи таҳқиқот, дараҷаи эътимоднокии ва асоснокии натиҷаҳои таҳқиқот, навовариҳои илмӣ, аҳамияти назариявӣ ва амалӣ, интишороти аз рӯи мавзӯ ва сохтори диссертатсия, тасвиб ва амалисозии натиҷаҳои диссертатсия асоснок карда шудаанд.

Боби якум – “Асосҳои назариявӣю методии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ” (с. 16-64) ба омӯзиши асосҳои назариявӣю методии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ бахшида шудааст, ки заминаи илмиро барои таҳқиқоти минбаъда фароҳам месозад. Муаллиф дар ин бахш таваҷҷуҳи хоса ба шарҳи мафҳумҳо, равандҳо ва принсипҳои асосии маркетинг дар шароити фаъолияти экологӣ намуда, зарурати мутобикгардонии равишҳои анъанавии маркетингро ба талаботи рушди устувор ва масъулияти иҷтимоӣ асоснок менамояд. Дар ин боб, нуқтаҳои калидии зерин асоснок ва таҳлил шудаанд:

- таҳлили мафҳумии маркетинг ва хусусиятҳои он дар соҳаи соҳибкории экологӣ. Муаллиф мафҳум ва вазифаҳои маркетингро дар заминаи модели рушди устувор бозбинӣ намуда, нишон медиҳад, ки фаъолияти маркетингӣ дар соҳаҳои марбут ба муҳити зист бояд на танҳо ба афзоиши ғоида, балки ба ҳифзи захираҳо ва масъулияти иҷтимоӣ равона карда шавад;

- хусусиятҳои маркетинги экологӣ. Муаллиф таъриф ва хусусиятҳои хоси маркетинги экологиро баррасӣ намуда, хусусияти фарқкунандаи онро, ба монанди тамаркуз ба арзишҳои иҷтимоӣ-экологӣ, афзалиятҳои маҳсулоти «сабз» ва тағйироти рафтори истеъмолкунандагон таҳлил менамояд. Ин масъалаҳо бо таҳқиқоти муосири хориҷӣ ва ватанӣ муқоиса шудаанд, ки ба амиқии таҳлил далолат мекунад;

- мақоми маркетинг дар фаъолияти соҳибкорони экологӣ. Дар ин қисмат, муаллиф саҳми маркетингро дар шаклгирӣ ва рушди самтҳои экологӣ дар фаъолияти соҳибкорӣ баррасӣ мекунад. Далелҳои овардашуда нишон медиҳанд, ки стратегияҳои дурусти маркетингӣ метавонанд ба баланд бардоштани рақобатпазирӣ ва эътимоди ҷомеа нисбат ба ширкатҳои экологӣ мусоидат намоянд;

- таҳлили равишҳои таҳқиқоти соҳа. Ҷанбаи муҳими боб дар баррасии равишҳои илмӣ таҳқиқот мебошад. Муаллиф аз амсилаҳо ва усулҳои гуногуни таҳқиқоти маркетингӣ истифода мебарад, ки заминаи таҳқиқоти амалиро дар бобҳои минбаъда асоснок месозад;

- таҷрибаи ҷаҳонӣ рушди низоми фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ баррасӣ гардида, пешниҳодҳо оид ба истифодаи онҳо дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон карда шудаанд.

Боби дуюми диссертатсия – “Таҳлили вазъи муосири фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ” (с. 65-112) ба омӯзиши ҳолати воқеии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ бахшида шуда, заминаи эмпирикӣ ва таҳлилӣ барои хулосаҳои илмӣ ва тавсияҳои амалиро дар бар мегирад. Дар доираи ин боб масъалаҳои зерин асоснок ва таҳлил шудаанд:

- арзёбии сохтор ва хусусиятҳои бозори соҳибкорӣ экологӣ. Муаллиф самтҳои асосии фаъолияти субъектҳои соҳибкориро дар соҳаи экологӣ, аз ҷумла истеҳсол ва фурӯши маҳсулоти экологӣ ва хизматрасониҳои «сабз» муаррифӣ кардааст. Ин таҳлил имкон медиҳад, ки доираи татбиқи маркетинг дар соҳаи мазкур мушаххас гардад;

- таҳлили сатҳи рушди фаъолияти маркетингӣ дар соҳибкорӣ экологӣ. Дар ин қисмат, ҳолати ҷорӣ ва мушкилоти мавҷуда дар самти истифодаи усулҳои маркетингӣ (монанди таҳқиқи бозор, муаррифии маҳсулот, нархгузорӣ, тақсимот ва тарғиб) дар ширкатҳои экологӣ баррасӣ шудаанд. Муаллиф тавассути таҳлили муқоисавӣ ва таҳқиқоти саҳроӣ нишон медиҳад, ки истифодаи усулҳои муосири маркетингӣ дар ин соҳа то ҳол дар сатҳи нокифоя қарор дорад;

- муайянсозии омилҳои таъсиррасон ба фаъолияти маркетингӣ. Муаллиф омилҳои беруниву дохилиро, ки ба рушди фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкорӣ экологӣ таъсир мерасонанд (аз ҷумла сиёсати давлатӣ, сатҳи огоҳии истеъмолкунандагон, дастрасӣ ба технологияҳои муосир ва

фарҳанги экологии ҷомеа) таҳлил намуда, робитаи ин омилҳоро бо натиҷаҳои маркетингии субъектҳои таҳқиқшаванда нишон медиҳад;

- таҳлили рақобат ва рафтори истеъмолкунандагон. Дар асоси маълумоти бозор ва таҳқиқоти эмпирикӣ, муаллиф рафтори истеъмолкунандагони маҳсулоти экологиро арзёбӣ намуда, ба хусусиятҳои иҷтимоӣ, иқтисодӣ ва равонии ин гурӯҳи муштариён таваҷҷуҳи махсус зоҳир мекунад. Ин бахш барои дарк намудани самтҳои афзалиятноки рушди маркетинг аҳамияти махсус дорад.

Боби сеюм – “Самтҳои афзалиятноки мукамалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ” (с. 113-149) дорои аҳамияти амалӣ ва стратегӣ буда, ба таҳияи самтҳои афзалиятноки такмил ва рушди фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ бахшида шудааст. Муаллиф дар асоси таҳлилҳои назариявӣ ва эмпирикӣ, ки дар бобҳои қаблӣ пешниҳод шудаанд, самтҳои мушаххаси ислоҳ ва такмили фаъолияти маркетингиро барои баланд бардоштани самаранокии ширкатҳои соҳибкорӣ асоснок менамояд. Асоснокии боби сеюм дар чанд самти муҳим таҷассум меёбад:

- муайянсозии самтҳои стратегии рушди маркетинг. Муаллиф дар асоси таҳлили маълумотҳои воқеӣ ва мушкилоти амалии субъектҳои соҳибкорӣ стратегияҳои муассири маркетингии мутобиқ ба муҳити экологиро таҳия намудааст. Самтҳои афзалиятнок ба монанди маркетинги рақамӣ, тарғиботи иҷтимоӣ, мавқеъгузори “сабз” ва брендсозии экологӣ ҳамчун воситаҳои калидии баландбардории рақобатпазирии ширкатҳо пешниҳод шудаанд;

- амсиласозии такмили фаъолияти маркетингӣ. Муаллиф амсила ё ҷаҳорҷӯбаи методии такмилдиҳии фаъолияти маркетингиро бо назардошти шароити бозори дохилӣ ва хусусиятҳои маҳаллии соҳибкории экологӣ пешниҳод кардааст. Ин амсила равишҳои қабули қарорҳои маркетингӣ, муоширати муассир бо муштариён ва ҷалби аудиторияи ҳадафиро дар бар мегирад;

- роҳҳои муҳими мукамалгардонии таҳкими равобити ширкатҳо бо истеъмолкунандагон баррасӣ гардида, аҳамияти баланд бардоштани саводи экологӣ ва истифодаи равишҳои таъсиррасонии ахлоқӣ ва иттилоотӣ тавсия шудааст;

- таъя ба таҳқиқоти саҳроӣ, муаллиф зарурати густариши имкониятҳои таҳқиқоти маркетингӣ (таҳқиқи рафтор, эҳтиёҷ ва интизориҳои истеъмолкунандагони маҳсулоти экологӣ) ва татбиқи он дар раванди қабули қарорҳоро нишон медиҳад;

- масоили рушди устувор ва мувофиқсозии маркетинг бо арзишҳои иҷтимоиву экологӣ. Пешниҳодҳо ва тавсияҳои боби сеюм ба принципҳои рушди устувор мувофиқ буда, ҷанбаҳои масъулияти иҷтимоии ширкатҳо, коҳиши таъсири манфӣ ба муҳити зист ва иштироки ҷомеа дар ташаккули талаботро фаро мегиранд.

Дар ҳулоса натиҷаҳои асосии илмӣ таҳқиқоти диссертатсионӣ оварда шуда, тавсияҳо оид ба истифодаи амалии натиҷаҳо дар асоси таҳлили натиҷаҳои илмӣ-амалии таҳқиқот омода шудаанд.

Аҳамияти илмӣ диссертатсия. Натиҷаҳои таҳқиқоти мазкур ба рушди назарияи маркетинги экологӣ саҳми муҳим мегузоранд. Муаллиф дар асоси таҳлили ҳамаҷониба ва истифодаи усулҳои муосири таҳқиқотӣ муаррифии назариявии маркетингро, ки бо арзишҳои экологӣ ва принципҳои рушди устувор ҳамоҳанг аст, васеъ намудааст. Хусусияти ин таҳқиқот дар таҳияи амсилаи методологии такмилдиҳии фаъолияти маркетингӣ дар шароити соҳибкорӣ экологӣ мебошад, ки метавонанд ҳамчун пойгоҳи илмӣ барои таҳқиқоти минбаъда дар соҳа хизмат намояд. Таҳқиқот хусусиятҳои рафтори истеъмолкунандагони экологиро таҳлил намуда, равишҳои нави маркетингро дар доираи таҳқиқоти миллии пешниҳод менамояд, ки ин ҷузъи муҳим барои рушди илмӣ маркетинг ба шумор меравад.

Аҳамияти амалии диссертатсия. Таҳқиқот дорои аҳамияти амалӣ буда, натиҷаҳои он метавонанд барои субъектҳои гуногуни соҳибкорӣ ва идоракунии экологӣ манфиатовар бошанд. Дар назди ширкатҳои хурду миёнаи экологӣ пешниҳодҳои муфид оид ба истифодаи усулҳои муосири маркетинг барои беҳтар намудани рақобатпазирӣ ва ҷалби муштарӣ пешниҳод шудаанд. Ҳамчунин, ниҳодҳои давлатӣ ва ташкилотҳои дастгирии соҳибкорӣ метавонанд натиҷаҳои таҳқиқотро барои таҳияи сиёсати дастгирии соҳибкорӣ экологӣ ва барномаҳои омӯзишӣ истифода намоянд.

5. Саҳми шахсии довталаби дарёфти дараҷаи илмӣ. Муаллиф бо дарназардошти зарурати рушди соҳибкорӣ экологӣ ва камбудии равишҳои самараноки маркетинг дар ин соҳа, асоснокии илмӣ масъала ва навигарии мавзӯро бевосита тавзеҳ ва муаррифӣ намудааст. Муаллиф мустақилона

назариёти классикӣ ва муосири маркетинг, хусусан маркетинги экологиро омӯхта, равандҳо ва тамоюлҳои байналмилалӣ ва миллиро дар самти соҳибкории «сабз»-ро таҳлил кардааст. Бахши муҳими саҳми шахсии довталаб — гузаронидани таҳқиқоти эмпирикӣ дар байни ширкатҳои соҳибкорӣ ва истеъмолкунандагони маҳсулоти “сабз” мебошад. Маълумот тавассути саволнома, мусоҳиба ва таҳлили бозор ҷамъоварӣ ва коркард шудааст. Таҳлили омӯри (таҳлили муқоисавӣ, таснифот, диаграммаҳо, ҳулосаҳои ададӣ) аз ҷониби ҳуди довталаб анҷом дода шудааст. Ҳулосаҳо ва тавсияҳои пешниҳодшуда на танҳо аз натиҷаи таҳлили назариявӣ ва эмпирикӣ ба вучуд омадаанд, балки дар онҳо ҷанбаи навоарӣ, мутобиқат ба воқеияти бозори миллий ва мантиқияти истифода дар амал ба таври возеҳ дида мешавад. Тамоми қисматҳои асосии қисми илмӣ — аз таҳияи гипотеза ва гузаронидани таҳқиқоти саҳроӣ то таҳлили натиҷаҳо ва пешниҳоди ҳулосаҳои амалӣ — бо меҳнати мустақилонаи муаллиф анҷом ёфтаанд. Ин нишон медиҳад, ки довталаб ба таври қомил салоҳияти илмӣ ва малакаи таҳқиқотии заруриро барои дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) доро мебошад.

6. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ. Аз рӯи натиҷаҳои таҳқиқот 11 мақолаи илмӣ дар ҳаҷми 4,2 ҷузъи ҷопӣ, аз ҷумла, 7 мақола дар маҷаллаҳои аз тарафи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тақризшаванда ба нашр расидааст.

7. Мутобиқати барасмиятдорории диссертатсия ба талаботҳои Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Диссертатсия дар заминаи муқаррароти низомномаи КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон омода гардида, муқаддима, мубрамии мавзӯи таҳқиқот, дараҷаи таҳқиқоти мавзӯи илмӣ, робитаи таҳқиқот бо барномаҳо (лоиҳаҳо) ва мавзӯҳои илмӣ, мақсади ва вазифаҳои таҳқиқот, объект ва мавзӯи таҳқиқот, наҷғонҳои илмӣ таҳқиқот, аҳамияти 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 ба таври мукамал муҳтавои диссертатсияро дар бар гирифта, асосҳои илмӣ ва амалии онро дар сатҳи зарурӣ инъикос менамояд. Ғайр аз ин, як қатор

меъёрҳои дигари диссертатсия: сохтор, ҳаҷм, расму ҷадвалҳо, адабиёти истифодашуда ва монанди инҳо аз тарафи муаллиф ҳангоми таҳияи диссертатсия низ риоя гардидаанд.

8. Эродҳо ва ҳолатҳои баҳсталаб доир ба мазмуни диссертатсия

1. Дар муқаддимаи кори диссертатсионӣ дар қисми дараҷаи таҳқиқи мавзуи илмӣ муаллиф шумораи зиёди олимони ватанӣ ва хориҷиро номбар намуда, тасдиқ менамояд, ки онҳо дар коркарди назарияҳои фаъолияти маркетингӣ дар бахши соҳибкории экологӣ саҳм гузоштаанд. Аммо на ҳамаи олимони номбаршуда дар мавзуи мазкур асарҳои илмӣ доранд.

2. Дар матни (саҳифаҳои) диссертатсия на дар ҳамаи иқтибосҳо саҳифаҳои асарҳои илмӣ истифодашуда (монографияҳо, мақолаҳо, диссертатсияҳо, авторефератҳо) нишон дода шудаанд.

3. Зербоби 1.3-и диссертатсия ба масоили таҷрибаи ҷаҳонии рушди низоми фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ бахшида шудааст. Оид ба ин масъала чунин давлатҳо ба монанди Олмон, Шветсия, Дания, Канада, Нидерландҳо, ИМА, Норвегия пешсаф мебошанд. Дар мамлакатҳои номбаршуда дар фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ (ё “сабз”), дар таҳия ва пешниҳоди маҳсулоти “сабз” (аз ҷиҳати экологӣ тоза), маркетинги “сабз” (таҳияи бренд ва таъкиди арзишҳои экологӣ), пешниҳоди сертификатҳо ва нишонҳо (эко-тамғаҳо ва ғайра таҷрибаҳои бӯй андухта шудаанд. Агар муаллиф истифодаи таҷрибаҳои бӯйи давлатҳои номбаршударо таҳлил намуда, роҳҳои татбиқи онҳоро дар ҷумҳурӣ пешниҳод менамуд, мазмуни кори диссертатсионӣ ғанитар мегардид.

4. Дар зербоби 2.2 “Баҳодиҳӣ ва таҳлили сифати фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон” фаъолияти молиявӣ хоҷагидорӣ якҷанд корхонаҳои саноатӣ баррасӣ гардидааст. Аммо дар таҳлилҳо нишондиҳандаҳои соҳибкорӣ экологӣ дар фаъолияти маркетингии онҳо, аз ҷумла, коэффисиенти ифлоскунии табиат аз тарафи ширкатҳо, ҳиссаи истеҳсоли маҳсулоти “сабз”, бастабандии экологӣ, истифодаи технологияҳои ба муҳити зист зарар наоваранда, баррасӣ нагардидаанд. Дар зербоби 2.3 дар саҳифаи 100 дар расми 2.3.1 алоқамандии фаъолияти маркетингӣ бо дигар бахшҳо оварда шудааст. Беҳтар мешуд, агар алоқамандии маркетинг пеш аз ҳама бо соҳибкорӣ ва экология инъикос меёфт.

5. Дар зербоби 3.1 масъалаи мукамалгардони танзим ва дастгирии давлатии фаъолияти маркетингӣ бо тарзи бояду шояд ҳалли худро наёфтааст. Беҳтар мешуд, агар муаллиф ба танзим ва дастгирии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ бештар диққат меод.

6. Дар зербоби 3.3 ба чунин самтҳои афзалиятноки фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ, ба монанди истеҳсоли энергия барқароршаванда, истеҳсоли маҳсулоти аз ҷиҳати экологӣ тоза, коркарди такрории партовҳо, ҷалби партовҳои хонаводаҳо ба истеҳсолот, барҳам додани таъсири манфии ширкатҳо ба экология диққати бояду шояд дода нашудааст.

7. Дар қори диссертатсионӣ ҳатогиҳои имлоӣ ва мантиқӣ ба назар мерасанд.

Камбудиҳои пешниҳодгардида баҳои воқеии диссертатсияро паст намекунанд ва барои муаллиф ҳамчун роҳнамо барои таҳқиқотҳои оянда тавсия мешаванд.

Хулосаи умумӣ доир ба диссертатсия. Қори диссертатсионии Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович дар мавзӯи “Мукамалгардони фаъолияти маркетингӣ дар шароити муосир (дар мисоли соҳибкории экологӣ)”, ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) пешниҳод шудааст, қори таҳассусии мустақиман анҷомёфта, дорои навгониҳои назариявӣ ва амалӣ, дар илму истеҳсолоти ватанӣ татбиқшаванда буда, ба талаботҳои бандҳои 31, 33, 34, 35- и Тартиби додани унвонҳои илмӣ”, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон №267 аз 30 июни соли 2021 тасдиқ шудааст, ҷавобгӯи мебошад ва муаллифи он сазовори дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯи ихтисоси номбурда мебошад.

Муқарризи расмӣ: доктори илмҳои иқтисодӣ,
дотсент, профессори кафедраи менеҷменти
Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон

И. Аминов

Нишони: 734067, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯчаи Нахимов 64/14.
E-mail: i_aminov@mail.ru Тел.: (+992) 92 770 98 25.

Имзои Аминов И. – ро тасдиқ мекунам:
Сардори раёсати кадрҳо ва
қорҳои махсуси ДДМИТ



17.08.25

9

М. Мирҷамолов