

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

ТАҚРИЗИ

**муқарризи расмӣ, номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсент Ҳамитов
Муҳитдин Сайдалиевич ба диссертатсияи Зоҳидов Камолиддин
Сулаймонович дар мавзӯи “Мукамалгардонии 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**

**1. Мутобиқати диссертатсия бо ихтисос ва самти илм, ки аз рӯи онҳо
диссертатсия ба ҳимоя бароварда шудааст.** Диссертатсияи навиштаи
Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович аз рӯи ихтисоси интихобнамуда
мувофиқ буда, ба бандҳои 1; 2; 3; 5; 6; 8; 9; 19; 21; 23 ва 24-и Шиносномаи
ихтисосҳои Комиссияи олии аттестатсионӣ назди Президенти Ҷумҳурии
Тоҷикистон аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 –
Маркетинг) мутобиқат мекунад.

2. Мубрам будани мавзӯи диссертатсия. Аз рӯи муҳтавои илмӣ ва
аҳамияти амалӣ яке аз мавзӯҳои саривақтӣ ва мубрами таҳқиқоти
иқтисодӣ-иҷтимоӣ ба ҳисоб меравад. Мубрамияти он аз чанд самти
калидии глобалӣ, миллӣ ва соҳавӣ сарчашма мегирад. Пеш аз ҳама, яке аз
тамоюлҳои муҳимми ҷаҳонӣ дар даҳсолаҳои охир гузариш ба рушди
устувор ва “иқтисоди сабз” мебошад, ки дар маркази он ҳифзи муҳити
зист, истифодаи самараноки захираҳои табиӣ ва ҳавасмандсозии
истеҳсолоти аз ҷиҳати экологӣ тоза қарор дорад. Бо назардошти
зиёдшавии паёмадҳои тағйирёбии иқлим, ифлосшавии муҳити зист ва кам
шудани манобеи табиӣ, саҳми соҳибкории экологӣ дар ҳалли ин
мушкилот рӯз аз рӯз зиёд мегардад. Аммо фаъолияти ин намуди
соҳибкорӣ танҳо дар шароити дуруст роҳандозӣ шудани механизмҳои
иқтисодиву маркетингӣ метавонад самаранок бошад. Аз ин ҷост, ки
масъалаи мукамалсозии фаъолияти маркетингӣ дар самти соҳибкории
экологӣ ба яке аз масъалаҳои калидии на танҳо иқтисодиёти миллӣ, балки
сиёсати иҷтимоӣ ва экологӣ табдил ёфтааст. Зеро маркетинг на танҳо
воситаи фурӯши маҳсулот, балки механизми муҳимми ташаккули ниёз,

тарбияи фарҳанги истеъмор ва муаррифии арзишҳои иҷтимоӣ-экологӣ мебошад.

Дар замони муосир, рафтори истеъмолкунанда низ дигаргун шуда, талабот ба маҳсулоти аз ҷиҳати муҳити зист безарар ва истеҳсолоте, ки ба масъулияти иҷтимоӣ таъҷиб мекунад, афзоиш ёфтааст. Ин раванд талаб мекунад, ки ширкатҳо, хусусан соҳибкорони экологӣ, сиёсати маркетингии худро бо ниёзҳои нава мутобиқ гардонанд. Истифодаи стратегияи самараноки маркетинг барои бозори маҳсулоти “сабз” на танҳо воситаи афзоиши фурӯш, балки омили баланд бардоштани сатҳи огоҳии ҷомеа ва тағйири муносибати аҳоли ба масъалаҳои муҳити зист мебошад.

Дар шароити Тоҷикистон, ки рушди иқтисод бо тамоюлҳои экологӣ ҳанӯз дар марҳилаи ташаккул қарор дорад, омӯзиши таҷрибаи фаъолияти соҳибкории экологӣ ва таҳияи механизмҳои самараноки маркетинг, ки бо шароити миллӣ мутобиқ карда шудаанд, аҳамияти хосса пайдо мекунад. Зеро дар сиёсати давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон низ самти рушди иқтисоди “сабз”, истифодаи манбаҳои барқароршавандаи энергия ва ҳифзи муҳити зист ҳамчун афзалиятҳои стратегии миллӣ эътироф шудаанд.

Ҳамзамон, дар таҳқиқоти илмӣ дохилӣ ҳанӯз масъалаҳои алоқаманд ба тақмили восита ва усулҳои маркетинг дар соҳаи соҳибкории экологӣ ба таври кофӣ таҳлил нашудаанд. Ҳолигии мавҷуда дар сатҳи назариявӣ ва амалӣ тақозо менамояд, ки ин раванд бо равиши илмӣ муосир, дар заминаи таҳлили амиқи масъалаҳои бозоршиносӣ, равшаншиносии истеъмоли ва иқтисоди экологӣ, омӯзиш ва арзёбӣ карда шавад.

Бо дарназардошти омилҳои зикршуда, мавзӯи диссертатсионӣ на танҳо ҷавобгӯи ниёзҳои воқеии ҷомеа ва иқтисоди миллӣ мебошад, балки имконият медиҳад барои амалисозии самтҳои стратегии кишвар дар соҳаи ҳифзи муҳити зист ва рушди соҳибкории экологӣ сатҳи назарраси илмӣ гузошта шавад. Аз ин рӯ, он дорои аҳамияти баланди назариявӣ, методӣ ва амалӣ буда, қомилан муҷрибаву саривақтӣ арзёбӣ мегардад.

3. Сохтори диссертатсия ва мазмуну мундариҷаи диссертатсияи тақризшаванда ба мазмуну муҳтавои тадқиқоти анҷомдодашуда алоқаманд буда, ба талаботҳои “Дастурамал оид ба тартиби барасмиятдарории диссертатсия ва автореферат”, ки бо қарори Раёсати Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тасдиқ шудааст, мутобиқат мекунад.

Дар муқаддима муҳимияти мавзӯи диссертатсия асоснок карда шуда, дараҷаи омӯхта шудани масъалаҳои гузошташуда, ҳадаф ва вазифаҳо, навоварии илмӣ ва аҳамияти амалии тадқиқот муайян карда шудааст ва ҳамчунин объект ва усули тадқиқот нишон дода шудааст (саҳ. 4-15).

Боби аввал – “Асосҳои назариявӣю методии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ” ном дошта, ба таҳқиқи асосҳои назариявӣ ва методологии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ бахшида шудааст. Муаллиф дар ин боб бо мақсади асосноксозии илмиву методии мавзӯ, доираи васеи адабиёти илмиро мавриди таҳлил қарор дода, моҳияти мафҳумҳои калидӣ, монанди маркетинги экологӣ, соҳибкории экологӣ, маркетинги иҷтимоӣ, маркетинги устувор ва дигар мафҳумҳои марбутро возеҳ ва дақиқ шарҳ додааст.

Дар оғози боб муаллиф мафҳуми соҳибкории экологӣ ва нақши он дар шароити иқтисоди муосирро муайян намуда, равандҳои ташаккул ва хусусиятҳои хоси онро бо мисолҳои муосир муаррифӣ менамояд. Таваҷҷуҳи махсус ба ташаккули заминаҳои илмии маркетинги экологӣ дода шудааст, ки дар он муаллиф мафҳум, принципҳо, вазифаҳо ва фарқиятҳои асосии он аз маркетинги анъанавиро мушаххас намудааст.

Чанбаи мусбат ва муҳим дар ин боб дар он зоҳир мегардад, ки муҳаққиқ масъалаҳои ҳамгироии принципҳои ҳифзи муҳити зистро бо вазифаҳои стратегии маркетинг дар муҳити соҳибкориро дар сатҳи баланди таҳлилӣ ба риштаи таҳқиқ кашидааст. Аз ҷумла, дар баррасии таҷрибаи байналмилалӣ дар самти татбиқи маркетинги экологӣ, муаллиф равандҳо ва моделҳои ҷаҳонии марбут ба ин равишро бо таҳлилҳои муқоисавӣ ва интиқодӣ баён намудааст. Дар давом равишҳои асосии таҳлили бозор, муқаррар кардани сегментҳои ҳадаф, арзёбии талаботи истеъмолкунандагон ба маҳсулоти “сабз” ва тарзи ҷойгиркунии он дар бозор мавриди омӯзиш қарор гирифтаанд. Муаллиф, инчунин ба масъалаи таъсири унсурҳои классикии омехтаи маркетинг (4P-таҳлил) ба хусусиятҳои соҳибкории экологӣ таваҷҷуҳи махсус дода, вобастагии ҷанбаҳои экологӣ ба нархгузорӣ, сиёсати таблиғотӣ ва каналҳои фурӯшро нишон додааст.

Мавриди зикр аст, ки дар ин боб инчунин ҷанбаҳои методологии таҳқиқот мукамал инъикос ёфтаанд. Аз ҷумла, муаллиф ба ташаккули таҳкурсии методологии таҳқиқот таваҷҷуҳ зоҳир карда, равишҳо, усулҳо ва воситаҳои таҳлили маркетингиро барои соҳаи соҳибкории экологӣ

тавзеҳ додааст. Ин равиш барои таҳқиқоти минбаъдаи амалӣ дар бобҳои навбатӣ асоси назариявии устувор фароҳам меорад.

Ба таври умум, боби якум бо дараҷаи баланди таҳлили илмӣ, шарҳи возеҳи мафҳумҳои калидӣ ва асосноксозии методологияи таҳқиқот фарқ мекунад. Он ҳамчун пояи устувори илмӣ барои таҳқиқоти минбаъда дар бобҳои дуюм ва сеюм хизмат мекунад (саҳ.16-64).

Дар боби дуюм – “Таҳлили вазъи муосири фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ”, таҳлили муфасссали вазъи кунунии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ ҷараён гирифта, дорoi аҳамияти баланди таҳқиқоти амалӣ ва таҷрибавӣ мебошад. Дар ин боб муаллиф кӯшиш кардааст, ки на танҳо ҳолати мавҷудаи соҳа ва равандҳои асосии он, балки мушкилот, имкониятҳо ва омилҳои таъсиррасонро низ муайян ва арзёбӣ намояд.

Дар оғози боб муҳаққиқ бо таъя ба маълумоти омории ва таҳлили динамикӣ, вазъи рушди соҳибкории экологиро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар солҳои 2020-2024-ро мавриди таҳлил қарор додааст. Муаллиф нишон медиҳад, ки гарчанде самти соҳибкории экологӣ ҳоло ҳанӯз ба таври пурра ташаккул наёфтааст, аммо имкониятҳо ва потенциали рушди он бо назардошти талаботи бозор ва дастгирии давлат рӯ ба афзоиш дорад.

Таҳлили омилҳои таъсиррасон ба фаъолияти маркетингии субъектҳои соҳибкории экологӣ – аз ҷумла муҳити иқтисодӣ, танзими қонунгузорӣ, муносибати истеъмолкунандагон ва сатҳи рақобат — бо усулҳои мувофиқи таҳлили маркетингӣ анҷом дода шудааст. Диссертант бо истифода аз ҷадвалу диаграммаҳо, натиҷаҳои назарсанҷӣ ва маълумоти таҷрибавӣ, фазои воқеии маркетингии ширкатҳои экологиро нишон медиҳад.

Қисмати муҳимми боб ба омӯзиши рафтори истеъмолкунандагони маҳсулоти экологӣ бахшида шудааст. Дар он диссертант натиҷаҳои пурсишҳои иҷтимоиро таҳлил намуда, сатҳи огоҳӣ, ангежаҳо, ва омодагии истеъмолкунандагонро барои хариди маҳсулоти “сабз” арзёбӣ мекунад. Ин таҳлилҳо нишон медиҳанд, ки ҳанӯз ҳам дар байни қисми зиёди аҳоли фаҳмиши дуруст дар бораи бартариҳои маҳсулоти экологӣ нокифоя аст ва сиёсати маркетингии ширкатҳо бояд дар ин замина таҳким ёбад.

Муаллиф дар асоси натиҷаҳои таҳлили бозор, муаммоҳои асосии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологиро муайян намудааст. Аз ҷумла, норасоии стратегияҳои мушаххаси муаррифӣ ва таблиғот, сатҳи пасти сегментатсияи бозор, маҳдуд будани каналҳои

фурӯш ва набудани механизмҳои муассири арзёбии эҳтиёҷоти истеъмолгарон зикр мегарданд.

Чанбаҳои мусбат дар боби мазкур инҳоянд:

- истифодаи васеи маълумоти оморӣ ва таҳлилӣ;
- истифодаи усулҳои таҳлили муқоисавӣ;
- таҷзияи назарсанҷӣ ва бардоштҳои амалӣ аз таҷрибаи ширкатҳои экологӣ;
- пайвасти намудани таҳқиқоти амалӣ бо мушкилоти муҳити зист.

Дар поёни боб муаллиф хулосабарорӣ намуда, самтҳои асосии рушди минбаъдаи фаъолияти маркетингиро дар соҳаи соҳибкории экологӣ дар шароити Тоҷикистон пешбинӣ мекунад. Ин хулосаҳо барои таҳияи пешниҳодҳои мушаххас дар боби сеюм заминаи мустаҳкам фароҳам меоранд (саҳ. 65-112).

Дар боби сеюм – “Самтҳои афзалиятноки мукамалгардони фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ” масъалаи таҳияи самтҳои афзалиятнок ва такмил додани фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ баррасӣ гардидааст. Дар ин қисмати кор, муаллиф бар асоси таҳқиқоти назариявӣ ва натиҷаҳои таҳлилҳои амалии бобҳои қаблӣ, тақлифҳо ва механизмҳои мушаххаси рушди маркетингро барои соҳибкории экологӣ пешниҳод мекунад.

Дар оғози боб, муаллиф самтҳои афзалиятноки таҳкими фаъолияти маркетингиро муайян карда, онҳоро ба якчанд ғуруҳ тақсим менамояд, аз ҷумла: такмили сиёсати маҳсулот ва нархгузорӣ бо назардошти талаботи экологӣ; рушди каналҳои тақсимоӣ ва фурӯши маҳсулоти “сабз”; такмили стратегияҳои муаррифӣ ва коммуникатсия бо истеъмолкунанда; баланд бардоштани маърифати экологии аҳоли ва рушди масъулияти иҷтимоии ширкатҳо.

Дар раванди таҳлил, муаллиф модел ва низомии маркетингии интегратсионӣ барои ширкатҳои экологиро пешниҳод мекунад, ки дар он ҳама чанбаҳои муҳими фаъолияти маркетингӣ – аз таҳқиқи бозор то хизматрасонии пас аз фурӯш – бо назардошти хусусиятҳои муҳити зист ба таври ҳамгиро мураттаб шудаанд. Ин раванд, тибқи арзёбии муаллиф, метавонад ба баланд бардоштани рақобатпазирии ширкатҳои экологӣ ва муваффақ шудани онҳо дар бозори маҳаллӣ ва минтақавӣ мусоидат намояд.

Мавриди зикр аст, ки пешниҳодҳои муаллиф танҳо дар сатҳи назариявӣ набуда, асосҳои мустаҳками амалии худро доранд. Масалан, дар қисмати тавсияҳо оид ба истифодаи шабакаҳои рақамӣ ва

платформаҳои онлайн барои таблиғи маҳсулоти экологӣ, муаллиф таҷрибаи ширкатҳои муваффақро таҳлил карда, имкониятҳои воридсозии он ба бозори Тоҷикистонро арзёбӣ менамояд.

Қисмати дигари муҳимми боб ба пешниҳоди нақшаи чорабиниҳо барои амалисозии стратегияи маркетинги экологӣ бахшида шудааст. Дар он муаллиф бо роҳи таҳияи алгоритм ва пайдарпаии марҳилавии амалҳо, тавсияҳои мушаххас оид ба такмили омехтаи маркетингӣ (4P) пешниҳод мекунад.

Инчунин, пешниҳодҳои муаллиф барои ҳамкории байни бахши хусусӣ ва мақомоти давлатӣ ҷиҳати дастгирии соҳибкории экологӣ таваҷҷуҳро ҷалб мекунанд. Масалан, ҷорӣ намудани барномаҳои махсуси иттилоотӣ, дастгирии молиявӣ ва имтиёзҳои андозӣ барои ширкатҳои риоякунандаи стандартҳои экологӣ, ба сифати омили ташвиқотӣ ва такмилдиҳандаи фаъолияти маркетингӣ арзёбӣ мешаванд.

Дар фарҷоми боб, муаллиф хулоса менамояд, ки бидуни такмили самтҳои маркетингӣ ва мутобиқсозии онҳо бо принсипҳои экологӣ, соҳибкории экологӣ наметавонад ба марҳилаи рушд ва бозоргирии устувор гузарад. Маҳз ҳамин навъи таҳлили системавӣ ва пешниҳодҳои муфассал ба боби сеюм мазмуни амалии баланд ва арзиши илмӣ мебахшад.

Ба таври умум, боби сеюм ҳамчун натиҷаи мантиқии қисмҳои қаблӣ, тавсияву пешниҳодҳои ҷолиб ва татбиқшавандаро ироа намуда, саҳми арзандаи худро дар ҳалли масъалаҳои амалии соҳаи соҳибкории экологӣ мегузорад. Пешниҳодҳои муаллиф метавонанд барои такмили сиёсати маркетингии ширкатҳо, инчунин барои таҳия ва татбиқи барномаҳои давлатӣ ва стратегияҳои рушди “иқтисоди сабз” истифода шаванд (сах. 113-149).

Дар хотимаи таҳқиқот хулосаи рисолаи мазкур бо натиҷаҳои асосии илмии диссертатсия, тавсияҳо оид ба истифодаи амалии натиҷаҳои тадқиқот, руйхати адабиёт ва интишороти муаллиф оид ба мавзӯи диссертатсия оварда шудааст (сах. 150-182).

4. Дараҷаи навгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуктаҳои илмие, ки барои ҳимоя пешниҳод мешаванд. Факт ва рақамҳое, ки дар тадқиқоти диссертатсионӣ аз ҷониби Зоҳидов К.С. истифода шудаанд, аз сарчашмаҳои бозътимод гирифта шуда, тавассути таҳлилҳои илмӣ, дақиқии маълумот, ҳаҷми кофии маводи тадқиқотӣ, инчунин коркарди омӯрӣ ва эконометрикии натиҷаҳо тасдиқ гардидаанд. Хулоса

ва тавсияҳо дар асоси таҳлили илмии натиҷаҳои тадқиқоти назариявӣ, амалӣ ва муқоисавӣ таҳия шудаанд.

Саҳеҳӣ ва навгонии илмӣ тадқиқот ва натиҷаҳои бадастомада.

Саҳми шахсии муаллиф дар таҳияи диссертатсия равшан эҳсос мегардад ва ӯ ба навгонии илмие ноил шудааст, ки дар асосноккунии назариявӣ ва методи механизми амалигардонии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ дар шароити муосир ифода меёбад.

Натиҷаҳои нисбатан воқеии ба сифати навгонӣ пешниҳодшудаи диссертант дар мавридҳои зерин баён гардидаанд:

1. Ҷанбаҳои назариявии танзими фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ таҳқиқ гардида, хусусиятҳо, мушкilotи татбиқ ва омилҳои таъсиррасон муайян шуданд. Мафҳум ва нақши хизматрасонии маркетингӣ ва соҳибкории экологӣ дар рушди иқтисоди миллий аниқ карда шуданд;

2. Равишҳои муосири маркетинг ва таҷрибаи ширкатҳои хориҷӣ таҳлил шуда, зарурати татбиқи онҳо дар фаъолияти субъектҳои соҳибкории экологӣ асоснок ва пешниҳод гардид;

3. Бо таъки ба таҳлили нишондиҳандаҳои иқтисодиву экологӣ ва тамоюлҳои рушди соҳибкории экологӣ, тадбирҳои такмили фаъолияти маркетингӣ тавассути беҳтарсозии механизмҳои асосӣ пешниҳод гардиданд;

4. Бо назардошти нақши афзоюндаи маркетинг дар рушди соҳибкории экологӣ, омилҳои таъсиррасон ва зарурати танзими он дар шароити бозорӣ асоснок ва пешниҳод гардиданд;

5. Усулҳои асосии баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ дар Тоҷикистон таҳия ва пешниҳод шуда, бо мақсади таҳкими рақобатпазирӣ ва рушди устувори ин соҳа тадбирҳои такмилӣ пешниҳод мегарданд;

6. Тавсияҳои амалӣ ва методӣ оид ба такмили механизми фаъолияти маркетингӣ дар соҳибкории экологӣ дар Тоҷикистон пешниҳод шудаанд.

Нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда:

- масъалаҳои назариявии танзими фаъолияти маркетингӣ дар соҳибкории экологӣ муайян гардиданд;

- равишҳои муосири маркетинг ва таҷрибаи хориҷӣ дар танзими хизматрасонии маркетингӣ дар фаъолияти субъектҳои хоҷагидор таҳқиқ шуданд;

- ҳолати кунунӣ ва тамоюлҳои рушди маркетинг дар соҳибкории экологӣ ва тадбирҳои тақмили сохтори он дар Тоҷикистон арзёбӣ гардиданд;

- омилҳои таъсиррасон ба танзими фаъолияти маркетингӣ дар соҳибкории экологӣ дар шароити иқтисоди бозорӣ асоснок шуданд;

- усулҳои асосии рушди маркетинг дар соҳибкории экологӣ дар Тоҷикистон дар шароити иқтисоди бозорӣ пешниҳод шудаанд;

- тавсияҳои амалӣ ва методӣ барои тақмили механизми рушди маркетинг дар соҳибкории экологӣ дар Тоҷикистон коркард ва пешниҳод шуданд.

5. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда. Тадқиқоти анҷомёфта дар асоси ҷамъоварӣ, коркард ва таҳлили механизми фаъолияти маркетингӣ, бо таъки ба манбаҳои муътамади илмӣ олимони ватанӣ ва хориҷӣ, нашрияҳои даврӣ ва осори иқтисодчиён дар самти тақмили фаъолияти маркетингӣ дар соҳаи соҳибкории экологӣ анҷом дода шудааст. Дар ҷараёни тадқиқоти диссертатсионӣ равиши системавӣ ва усулҳои таҳлили умумииктисодӣ, муқоисавӣ ва мантиқӣ ба таври самаранок истифода гардидаанд. Натиҷаҳои бадастомада дар як қатор интишорот ба ҷоп расида, эътимоднокии илмӣ тадқиқоти диссертатсиониро тасдиқ менамоянд.

6. Муҳимияти хулосаву пешниҳодҳо ва имконияти истифодаи онҳо дар илм ва амалия. Бояд таъкид кард, ки тадқиқоти мазкур аз ҷиҳати назариявӣ ва амалӣ дар сатҳи баланд иҷро гардида, амалӣ намудани натиҷаҳои он дар самти тақмили фаъолияти маркетингии соҳаи соҳибкории экологӣ дар шароити муосир тавассути истифодаи механизмҳо, алгоритмҳо, усулҳо ва моделҳои эконометрикӣ аз назари таҳқиқгар имконпазир мебошад. Аз нуқтаи назари муқаррирӣ, мақсад ва вазифаҳои гузаштаи муаллиф дар равиши таҳияи рисола пурра иҷро гардида, қори диссертатсионӣ ҳамчун як тадқиқоти мукаммали илмӣ арзёбӣ мегардад.

7. Арзёбии моҳияти диссертатсия, сатҳи комилии он, эродҳо доир ба шаклгирии диссертатсия.

1. Дар рӯйхати адабиёт 253 номгӯй нишон дода шудааст, ки дар қори диссертатсионии номзадӣ чунин миқдори адабиётро истифода бурдан мушкул аст.

2. 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.

3. Дар кори диссертатсионӣ баррасии масъалаҳое, мавҷуд аст, ки онҳо дар китобҳои дарсӣ ва асарҳо то имрӯз нашргардида инъикос гардидаанд.

4. Дар зербоби 3.1 масъалаи мукамалгардонии 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.

5. Баъзе ҷадвалҳои калонҳаҷме, ки дар матни диссертатсия мавҷуданд, хуб мешуд, ки муаллиф онҳоро ҳамчун замима нишон меод.

Эродҳои гирифташуда мазмун ва баҳои воқеии диссертатсияро паст намеkunанд ва хусусияти тавсиявӣ дошта, ислоҳи ин эродҳо дар таҳқиқотҳои минбаъда барои муаллиф кӯмак мерасонанд.

8. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ. Аз рӯйи натиҷаҳои тадқиқот муаллиф 11 мақолаи илмӣ, аз ҷумла 7 мақола дар маҷаллаҳои тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон нашр кардааст. Натиҷаҳои асосии диссертатсия дар конференсияҳои илмӣ-амалии ҷумҳуриявӣ ва байналмилалӣ муҳокима карда шудааст.

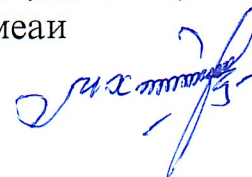
9. Мутобиқати мазмуни автореферат бо мазмуни диссертатсия. Автореферати диссертатсия, мазмуну мундариҷа ва муҳтавои асосии тадқиқоти диссертатсиониро дар бар гирифта, дар он навгониҳои илмӣ ва ҳулосаи тавсияҳои илман асоснок, ки ба ҳимояи ошкоро пешниҳод мешаванд, ҷойгир карда шудааст.

10. Баҳои умумии мутобиқати рисола ба талаботҳои муқаррарнамудаи ҚОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Тадқиқоти диссертатсионии Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович дар мавзӯи “Мукамалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар шароити муосир (дар мисоли соҳибкории экологӣ)” як тадқиқоти илмӣ таҳассуси сатҳи баланд ба ҳисоб меравад, ки дар он яке аз масъалаҳои муҳими замонавӣ аз ҷиҳати илмӣ мавриди таҳлил қарор гирифтааст. Диссертатсия бо коркарди концептуалӣ, навгониҳои илмӣ, таҳлили амиқи соҳа ва таваҷҷуҳи махсуси муаллиф ба мушкилоти марбут ба соҳибкории экологӣ аз дигар қорҳои илмӣ фарқ мекунад. Аз шумораи мақолаҳои илмӣ нашрнамудаи муаллиф оид ба мавзӯи тадқиқот бармеояд, ки натиҷаҳо ва ҳулосаҳои асосии диссертатсия мавриди санҷиш қарор гирифта, ба

талаботи Низомномаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 (бо тағйири иловаҳо аз 26 июни соли 2023, №295) тасдиқ шудаанд, пурра ҷавобгӯ мебошанд.

Хулосаи умумӣ оид ба диссертатсия. Диссертатсияи пешниҳодгардидаи Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович дар мавзӯи “Мукаммалгардонии фаъолияти маркетингӣ дар шароити муосир (дар мисоли соҳибкории экологӣ) бешубҳа кори илмӣ анҷомёфта буда, дар он ҳалли муаммоҳои илмӣ, ки аҳамияти муҳиму афзалиятнок дар мукаммалгардонии фаъолияти маркетингии соҳаи соҳибкории экологиро дорост, комилан ба талаботи Низомномаи КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯӣ мебошад. Аз ин лиҳоз, муаллиф Зоҳидов Камолиддин Сулаймонович барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) сазовор мебошад.

Муқарризи расмӣ: номзоди илмҳои иқтисодӣ, дотсент,
Сардори шӯъбаи иттилоот ва робита бо ҷомеаи
Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон

 Ҳамитов М.С.

Имзои Ҳамитов М.С.-ро тасдиқ менамоям:

Сардори раёсати кадрҳо ва корҳои махсуси

Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон

“ 08 ” 07 2025 с.



 Пирзода С.С.

Суроға: 734061, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Душанбе, кӯч. Деҳоти 1/2,
Телефон: +992 (934) 444177
Email: khamit62@mail.ru