



ТАҚРИЗИ

муассисаи пешбар ба диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода дар мавзуи “Хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳо (дар мисоли корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон)”, барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг)

1. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисосҳои ва самтҳои илм, ки аз рӯи 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 рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) мувофиқат мекунад: 1. Ақидаҳои назариявӣ ба табиат ва моҳияти маркетинг, асосҳои ташаккул ва рушди он дар мамлакатҳои дорои иқтисодиёти бозорӣ, 2. Дастгоҳи мафҳумии методологии маркетинг. Таҳаввули концепсияи маркетинг. Концепсияи муосири маркетинги иҷтимоӣ, 3. Асосҳои назариявӣ методологии таҳқиқоти маркетингӣ. Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг. Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти маркетингии бозорҳои молу хизматрасониҳо, 5. Таҷрибаи хориҷии ташкили маркетинг ва истифодаи он дар ширкатҳои саноатӣ тижоратии ватанӣ, 6. Принсипҳои ташкили маркетинги молу хизматрасониҳо. Маркетинги ҳудуд: вилоят, шаҳр, ноҳия. 15. Арзёбии рақибон ва истеъмолгарон, истифодаи он дар

раванди такмилдиҳии фаъолияти маркетингии ташкилот. 22. Нақш ва мавқеи кадрҳои маркетолог дар такмили низоми идоракунии корхона.

2. Мубрам будани мавзуи диссертатсия. Дар шароити рушди муносибатҳои бозорӣ ва таҳкими равандҳои ҷаҳонишавии иқтисодиёт масъалаи баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои саноатӣ ба яке аз самтҳои афзалиятноки сиёсати иқтисодии давлат табдил ёфтааст. Ҷумҳурии Тоҷикистон дар марҳилаи татбиқи стратегияи саноатикунони босуръат қарор дошта, ташаккул ва рушди соҳаи саноат ҳамчун пояи муҳими иқтисоди миллӣ аҳамияти махсус касб намудааст. Дар ин замина, самаранокии фаъолияти корхонаҳои саноатӣ, мутобиқшавии онҳо ба талаботи бозор, инчунин истифодаи механизмҳои муосири идоракунии иқтисодӣ, аз ҷумла маркетинг, аҳамияти калидӣ пайдо менамояд.

Маркетинг дар шароити иқтисоди бозорӣ ҳамчун яке аз абзорҳои муҳими идоракунии стратегӣ баромад намуда, имкон медиҳад, ки корхонаҳо бо дарназардошти талаботи бозор, рафтори истеъмолкунандагон ва вазъи рақобат қарорҳои самараноки иқтисодӣ қабул намоянд. Хусусан барои корхонаҳои саноатӣ, ки фаъолияти онҳо ба истеҳсоли маҳсулоти рақобатпазир ва тавсеаи бозорҳои фурӯш равона гардидааст, ташкили низоми муосири маркетингӣ омили муҳими таъмини рушди устувор ва баланд бардоштани самаранокии фаъолияти иқтисодӣ ба ҳисоб меравад.

Бо вучуди он ки дар солҳои охир дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба масъалаҳои рушди соҳибкорӣ, дастгирии саноат ва такмили муҳити бозорӣ тавачҷуҳи зиёд зоҳир мегардад, таҳлилҳо нишон медиҳанд, ки дар фаъолияти бисёре аз корхонаҳои саноатӣ низоми маркетинг ғанӯз пурра ташаккул наёфтааст. Камбудии инфрасохтори бозорӣ, норасоии мутахассисони соҳибхтисос дар соҳаи маркетинг, маҳдуд будани истифодаи воситаҳои муосири таҳқиқоти бозор ва технологияҳои рақамӣ боис мегарданд, ки имкониятҳои мавҷудаи корхонаҳо дар самти тавсеаи фурӯш ва таҳкими мавқеи рақобатӣ пурра истифода карда нашаванд.

Дар ин замина, омӯзиши илмии хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ, хусусан дар сатҳи минтақаҳо, аҳамияти муҳим дорад. Вилояти Хатлон ҳамчун яке аз минтақаҳои бузурги саноатии ҷумҳурӣ дорои иқтисодии назарраси истеҳсоли буда, фаъолияти корхонаҳои он дар ташаккули нишондиҳандаҳои иқтисодии мамлакат саҳми муайян мегузорад. Аз ин рӯ, таҳқиқи вазъи низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии ин минтақа, муайян намудани омилҳои таъсиррасон ба рушди он ва пешниҳоди самтҳои асосии такмили фаъолияти маркетингӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳо аҳамияти назариявӣ ва амалӣ дорад.

Ғайр аз ин, дар шароити рушди технологияҳои рақамӣ ва густариши иқтисоди рақамӣ масъалаи мутобиқ намудани фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатӣ ба талаботи муҳити нави иқтисодӣ низ аҳамияти хоса пайдо менамояд. Истифодаи воситаҳои маркетинги рақамӣ, таҳқиқоти муносири бозор, таҳияи стратегияҳои маркетингии дарозмуддат ва ҳамгироии маркетинг бо низоми идоракунии стратегӣ метавонанд барои беҳтар гардидани фаъолияти иқтисодӣ ва густариши бозорҳои фурӯши маҳсулоти саноатӣ замина фароҳам оваранд.

Ҳамин тариқ, зарурати омӯзиши амиқи ҷанбаҳои назариявӣ ва амалии ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии минтақа, таҳияи тавсияҳои илмӣ-асоснок ҷиҳати такмили фаъолияти маркетингӣ ва мутобиқ намудани он ба шароити иқтисодии муносири Ҷумҳурии Тоҷикистон мубрам будани мавзӯи диссертатсияи мазкурро муайян намуда, аҳамияти илмӣ ва амалии онро тасдиқ менамояд.

3. Натиҷаҳои мушаххаси илмӣ (бо нишон додани навгонӣ, аҳамияти илмӣ ва амалии онҳо). Дар рафти таҳқиқоти диссертатсионӣ муаллиф як қатор натиҷаҳои муҳими илмиро ба даст овардааст, ки дорои навгонии илмӣ ва аҳамияти назариявӣ амалӣ мебошанд.

Пеш аз ҳама, муаллиф дар асоси таҳлили назариявии адабиёти илмии ватанӣ ва хориҷӣ моҳият ва муҳтавои мафҳуми «маркетинг»-ро дар шароити иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон амиқтар шарҳ дода, таърифи мукамалтари онро пешниҳод намудааст. Дар ин таъриф маркетинг ҳамчун механизми ташаккули арзиши устувор ва эҷоди муносибатҳои дарозмуддат бо истеъмолкунандагон баррасӣ гардида, гузариш аз равиши анъанавии фурӯш ба равиши ба муштарӣ нигаронидашуда асоснок карда мешавад. Ин равиш ба рушди назарияи маркетинг дар шароити иқтисодиёти миллии Тоҷикистон мусоидат менамояд.

Натиҷаи дигари муҳими илмӣ дар банизомдарорӣ ва такмили равишҳои методӣ ва технологияҳои таҳқиқоти маркетингӣ ифода меёбад. Муаллиф усулҳои анъанавӣ ва рақамии таҳқиқоти маркетингиро таҳлил намуда, таснифоти онҳоро бо назардошти талаботи бозори муосир пешниҳод кардааст, ки барои баланд бардоштани самаранокии таҳқиқоти бозорӣ дар фаъолияти корхонаҳои саноатӣ аҳамияти муҳим дорад.

Ҳамчунин, дар диссертатсия хусусиятҳои ташаккул ва рушди фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон таҳлил гардида, омилҳои асосии таъсиррасон ба сатҳи рушди маркетинг дар ин корхонаҳо муайян карда шудаанд. Дар асоси таҳлили маълумоти оморӣ ва таҷрибаи фаъолияти корхонаҳо мушкилоти мавҷудаи ташкили хизматрасониҳои маркетингӣ ва истифодаи воситаҳои муосири маркетинг ошкор карда шудааст.

Муаллиф инчунин самтҳои асосии такмили фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатиро пешниҳод намудааст. Аз ҷумла, такмили равандҳои асосноккунӣ ва қабули қарорҳои маркетингӣ, истифодаи воситаҳои маркетинги рақамӣ, ташкили сохторҳои самараноки идоракунии маркетинг дар дохили корхонаҳо ва таҳияи чорабиниҳои дастгирии институтсионалии рушди маркетинг дар сатҳи минтақавӣ пешниҳод гардидааст. Ин пешниҳодҳо ба баланд бардоштани

рақобатпазирии корхонаҳои саноатӣ ва мутобиқшавии онҳо ба талаботи бозори муосир мусоидат менамоянд.

Аҳамияти назариявии натиҷаҳои таҳқиқот дар рушди ақидаҳои илмӣ оид ба моҳият, вазифаҳо ва механизмҳои татбиқи маркетинг дар шароити иқтисодии муосири Ҷумҳурии Тоҷикистон ифода меёбад. Натиҷаҳои бадастомада метавонанд ҳамчун асоси назариявӣ барои таҳқиқоти минбаъдаи илмӣ дар самти идоракунии фаъолияти маркетингӣ истифода шаванд.

Аҳамияти амалии таҳқиқот дар он зоҳир мегардад, ки тавсияҳо ва пешниҳодҳои таҳияшуда метавонанд дар фаъолияти корхонаҳои саноатӣ, инчунин дар фаъолияти мақомоти идоракунии давлатӣ ва минтақавӣ ҳангоми таҳияи барномаҳо ва чорабиниҳо оид ба баланд бардоштани рақобатпазирии истеҳсолот, рушди маркетинг ва татбиқи технологияҳои рақамӣ истифода гарданд.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда: асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои пешниҳоднамудаи муаллиф бо истифодаи равишҳои муосири илмӣ ва така ба заминаи назариявӣ, методологӣ ва иттилоотии боэътимод таъмин карда шудааст.

Дар рафти таҳқиқот муаллиф доираи васеи усулҳои умумии илмӣ ва махсуси иқтисодӣ, аз ҷумла таҳлил ва ҷамъбасти адабиёти илмӣ, таҳлили муқоисавӣ, равиши системавӣ, таҳлили сохторию функционалӣ ва усулҳои таҳлили иқтисодӣ-омориро истифода намудааст. Истифодаи чунин маҷмӯи усулҳои таҳқиқот имкон додааст, ки равандҳои таъшақкул ва рушди фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ ба таври ҳамаҷониба омӯхта шуда, хулосаҳои илмӣ бо асоснокии баланд пешниҳод гарданд.

Пойгоҳи иттилоотии таҳқиқот ба маълумоти омили расмӣ, ҳисоботҳои соҳавӣ, ҳуҷҷатҳои дохилии корхонаҳои саноатӣ, санадҳои меъёрии ҳуқуқӣ, инчунин маводи нашрияҳои илмӣ ва таҳқиқоти

таҷрибавии муаллиф асос ёфтааст. Инчунин, барои таҳлили амалӣ маълумотҳои воқеии фаъолияти як қатор корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон истифода гардидаанд, ки ба баланд гардидани эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот мусоидат намудааст.

Асоснокии хулосаҳои пешниҳодшуда ҳамчунин бо мутобиқати мантикии онҳо ба ҳадаф ва вазифаҳои таҳқиқот, таҳлили амиқи масъалаҳои назариявӣ ва натиҷаҳои таҳқиқоти амалӣ тасдиқ мегардад. Натиҷаҳои бадастомада дар раванди таҳқиқоти илмӣ-амалӣ санҷида шуда, бо шароити воқеии фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатӣ мувофиқ мебошанд.

Ғайр аз ин, як қатор пешниҳодҳо ва тавсияҳои амалии муаллиф дар фаъолияти баъзе корхонаҳои саноатӣ мавриди истифода қарор гирифтаанд ва натиҷаҳои таҳқиқот дар раванди таълими фанҳои марбут ба маркетинг дар муассисаҳои таҳсилоти олӣ низ татбиқ мешаванд, ки ин ҳолат эътимоднокии ва аҳамияти амалии натиҷаҳои бадастомадаро боз ҳам тақвият медиҳад.

Дар умум, метавон қайд намуд, ки хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия пешниҳодшуда аз ҷиҳати илмӣ асоснок буда, бо далелҳои назариявӣ ва натиҷаҳои таҳқиқоти амалӣ тасдиқ гардидаанд ва дорои дараҷаи баланди эътимоднокии мебошанд.

5. Аҳамияти илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоии натиҷаҳои диссертатсия бо нишон додани тавсияҳо оид ба истифодаи онҳо. Натиҷаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ дорои аҳамияти муҳими илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоӣ мебошанд, зеро онҳо ба такмили фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирии онҳо дар шароити иқтисодиёти муосири Ҷумҳурии Тоҷикистон равона гардидаанд.

Аҳамияти илмии таҳқиқоти диссертатсионӣ пеш аз ҳама дар рушди минбаъдаи асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинг дар шароити иқтисодиёти миллӣ зоҳир мегардад. Дар диссертатсия моҳият ва нақши

маркетинг ҳамчун механизми муҳими идоракунии фаъолияти иқтисодӣ ва баланд бардоштани самаранокии фаъолияти корхонаҳо амиқтар таҳлил шуда, як қатор хулосаҳои илмӣ ва пешниҳодҳои назариявӣ оид ба такмили низоми идоракунии маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ пешниҳод гардидаанд. Натиҷаҳои бадастомада метавонанд барои рушди минбаъдаи таҳқиқоти илмӣ дар соҳаи маркетинг, идоракунии фаъолияти корхонаҳо ва иқтисодиёти минтақавӣ ҳамчун заминаи назариявӣ хизмат намоянд.

Аҳамияти амалии таҳқиқоти диссертатсионӣ дар он зоҳир мегардад, ки муаллиф тавсияҳо ва пешниҳодҳои мушаххасро оид ба такмили фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон таҳия намудааст. Аз ҷумла, самтҳои беҳтар намудани низоми қабули қарорҳои маркетингӣ, истифодаи технологияҳои муосири маркетинг ва маркетинги рақамӣ, такмили сохтори ташкилии хизматрасониҳои маркетингӣ дар корхонаҳо, инчунин густариши ҳамкориҳои байни корхонаҳо ва муассисаҳои таълимӣ пешниҳод гардидаанд. Татбиқи чунин тавсияҳо метавонад ба баланд гардидани самаранокии фаъолияти истеҳсолӣ ва идоракунии дар корхонаҳои саноатӣ мусоидат намояд.

Аҳамияти иқтисодии натиҷаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ дар он ифода меёбад, ки татбиқи пешниҳодҳо ва тавсияҳои таҳияшуда метавонад ба баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои саноатӣ, беҳтар гардидани сифати маҳсулот, васеъ гардидани бозорҳои фурӯш ва баланд шудани самаранокии фаъолияти иқтисодии онҳо мусоидат намояд. Инчунин, истифодаи механизмҳои самаранокии маркетинг ба рушди устувори бахши саноат ва таҳкими иқтисодии минтақа ва кишвар мусоидат мекунад.

Аҳамияти иҷтимоии таҳқиқоти диссертатсионӣ дар он зоҳир мегардад, ки рушди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ ба афзоиши истеҳсолот, таъсиси ҷойҳои нави корӣ, беҳтар гардидани сатҳи

хизматрасонӣ ба истеъмолкунандагон ва дар маҷмӯъ баланд гардидани сатҳи некӯаҳволии аҳоли мусоидат менамояд.

Бо дарназардошти натиҷаҳои таҳқиқоти анҷомдодашуда тавсия дода мешавад, ки:

- мақомоти идоракунии давлатӣ ва минтақавӣ ҳангоми таҳияи барномаҳои рушди саноат ва баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳо аз пешниҳодҳои диссертатсия истифода намоянд;

- роҳбарияти корхонаҳои саноатӣ ҷиҳати такмили фаъолияти маркетингӣ ва татбиқи технологияҳои муосири маркетинг ва маркетинги рақамӣ аз тавсияҳои таҳияшуда истифода баранд;

- муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ натиҷаҳои назариявӣ ва амалии таҳқиқотро дар раванди таълими фанҳои марбут ба маркетинг ва идоракунии корхонаҳо мавриди истифода қарор диҳанд.

Дар умум, натиҷаҳои диссертатсия дорои аҳамияти назаррас буда, метавонанд барои рушди илмӣ соҳаи маркетинг, такмили фаъолияти иқтисодии корхонаҳои саноатӣ ва ҳалли як қатор масъалаҳои амалии иқтисодии кишвар истифода шаванд.

6. Мазмуни кори диссертатсионӣ: диссертатсия аз муқаддима, се боб, хулоса ва тавсияҳо, инчунин рӯйхати адабиёт иборат буда, дар маҷмӯъ 183 саҳифаи матни компютери ро дар бар мегирад. Дар кори илмӣ 23 ҷадвал ва 14 расм истифода гардида, рӯйхати адабиёт 160 номгӯй манбаъҳои илмиро дар бар мегирад.

Дар муқаддима мубрам будани мавзӯи таҳқиқот асоснок гардида, дараҷаи таҳқиқи масъала, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, объекти таҳқиқот, асосҳои назариявӣ методологии кор, наwgонии илмӣ, аҳамияти назариявӣ ва амалии натиҷаҳои бадастомада, инчунин тасвиб ва амалисозии онҳо муайян карда шудаанд.

Боби якум – «Асосҳои назариявӣ ва ҷанбаҳои методии ташаккул ва рушди маркетинг» ба таҳлили масъалаҳои назариявии маркетинг бахшида шудааст (саҳ. 14-66). Дар ин боб заминаҳои иқтисодӣ ва

таърихии ташаккули маркетинг, таҳаввули мафҳуми он, нақш ва аҳамияти маркетинг дар фаъолияти субъектҳои хоҷагидорӣ баррасӣ гардидаанд. Ҳамчунин, равишҳои методологӣ ва усулҳои таҳқиқоти маркетингӣ, таҷрибаи истифодаи онҳо дар шароити иқтисодиёти бозорӣ ва имкониятҳои татбиқи онҳо дар шароити иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳлил қарор гирифтаанд.

Боби дуум – ба таҳлили ҳолати кунунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон бахшида шудааст (саҳ. 68-118). Дар ин боб рушди саноат дар минтақа, хусусиятҳои ташкили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳо, омилҳои таъсиррасон ба самаранокии маркетинг, инчунин мушкилот ва маҳдудиятҳои мавҷуда дар истифодаи воситаҳои муосири маркетинг мавриди омӯзиш қарор гирифтаанд. Дар асоси таҳлили маълумоти омӯрӣ ва маводи амалӣ вазъи воқеии фаъолияти маркетингии корхонаҳо арзёбӣ гардидааст.

Боби сеюм – ба таҳияи самтҳои асосии такмили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатии минтақа бахшида шудааст (саҳ. 121-153). Дар ин қисмат муаллиф тавсияҳо ва пешниҳодҳои амалӣ оид ба такмили механизми идоракунии маркетинг, истифодаи технологияҳои муосир ва маркетинги рақамӣ, инчунин чорабиниҳои дастгирии институтсионалии рушди маркетинг дар сатҳи минтақавӣ пешниҳод намудааст, ки метавонанд ба баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои саноатӣ мусоидат намоянд.

Дар **хулоса ва тавсияҳо** натиҷаҳои асосии таҳқиқот ҷамъбаст гардида, пешниҳодҳо ва тавсияҳои илмӣ-амалӣ оид ба такмили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон пешниҳод шудаанд, ки метавонанд дар фаъолияти корхонаҳо ва мақомоти идоракунии иқтисодӣ мавриди истифода қарор гиранд.

7. Мутобиқати таҳассуси илмии довталаб ба дараҷаи илми дархостшаванда. Мазмун ва муҳтавои диссертатсияи пешниҳодшуда,

инчунин натиҷаҳои илмии бадастомада ба талаботи шиносномаи ихтисоси илмии 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг), ки аз ҷониби Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муқаррар гардидааст, мутобиқат менамояд.

Дар диссертатсия масъалаҳои марбут ба асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинг, таҳқиқоти бозорӣ, механизми ташаккул ва рушди фаъолияти маркетингӣ, инчунин роҳҳои такмили идоракунии маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ мавриди омӯзиши илмӣ қарор гирифтаанд. Мазмуни таҳқиқот ба як қатор бандҳои шиносномаи ихтисоси мазкур, аз ҷумла масъалаҳои марбут ба моҳият ва рушди маркетинг, усулҳо ва технологияҳои таҳқиқоти маркетингӣ, ташкили фаъолияти маркетинг дар ташкилотҳо ва нақши маркетинг дар баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳо мутобиқат дорад.

Ҳамзамон, натиҷаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ ба рушди назария ва амалияи маркетинг дар шароити иқтисодиёти муосири Ҷумҳурии Тоҷикистон равона гардида, масъалаҳои муҳими идоракунии фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатиро дар сатҳи минтақавӣ баррасӣ менамоянд. Ин ҳолат мутобиқати пурраи мавзӯи таҳқиқот ва натиҷаҳои илмии бадастомадаро ба самтҳои асосии ихтисоси илмии мазкур тасдиқ мекунад.

Бо дарназардошти гуфтаҳои боло метавон хулоса намуд, ки мазмун, муҳтаво ва натиҷаҳои асосии диссертатсия ба талаботи ихтисоси илмии 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) пурра мутобиқат намуда, тахассуси илмии довталаб ба дараҷаи илмии дархостшаванда мувофиқ мебошад.

8. Саҳми илмии довталаб дар ҳалли масъалаҳои илмӣ бо арзёбии аҳамияти он. Саҳми илмии довталаб дар таҳқиқи масъалаҳои марбут ба ташаккул ва рушди фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатӣ дар шароити иқтисодиёти муосири Ҷумҳурии Тоҷикистон назаррас арзёбӣ мегардад. Дар раванди таҳқиқоти диссертатсионӣ муаллиф масъалаҳои

назариявӣ, методологӣ ва амалии фаъолияти маркетингро ҳамаҷониба таҳлил намуда, як қатор хулосаҳо ва пешниҳодҳои илмиро мустақилона таҳия кардааст.

Аз ҷумла, доктараб дар асоси таҳлили амиқи адабиёти илмӣ ва таҷрибаи ҷаҳонӣ моҳият ва нақши маркетингро ҳамчун падидаи иҷтимоию иқтисодӣ дар шароити иқтисодиёти миллӣ мушаххастар муайян намуда, равишҳои муосири ташаккули фаъолияти маркетингро дар фаъолияти корхонаҳои саноатӣ асоснок кардааст. Ҳамзамон, хусусиятҳои ташаккул ва рушди фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон таҳлил гардида, омилҳои асосии таъсиррасон ба самаранокии фаъолияти маркетингӣ дар ин корхонаҳо муайян карда шудаанд.

Доктараб инчунин самтҳои тақмили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатиро бо дарназардошти талаботи бозори муосир пешниҳод намуда, механизмҳои истифодаи воситаҳои муосири маркетинг ва маркетинги рақамиро барои баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳо асоснок кардааст. Ин пешниҳодҳо дорои аҳамияти назариявӣ ва амалӣ буда, метавонанд барои тақмили низоми идоракунии фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ истифода гарданд.

Қобили зикр аст, ки ҳамаи муқаррароти асосии назариявӣ, натиҷаҳои таҳлилий, хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия пешниҳодшуда аз ҷониби доктараб мустақилона ба даст оварда шудаанд, ки ин аз сатҳи баланди омодагии илмӣ ва қобилияти мустақилонаи таҳқиқотбарии муаллиф шаҳодат медиҳад.

Дар маҷмӯъ, саҳми илмии доктараб дар таҳқиқи масъалаҳои марбут ба рушди фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатӣ муҳим арзёбӣ гардида, натиҷаҳои бадастомада метавонанд барои рушди минбаъдаи таҳқиқоти илмӣ ва тақмили фаъолияти амалии корхонаҳои саноатӣ истифода шаванд.

9. Эродҳо ва ҳолатҳои баҳсталаб доир ба шаклгирии диссертатсия.

Бо вучуди арзиши назариявӣ ва амалии натиҷаҳои бадастомада, дар диссертатсия баъзе ҷанбаҳои низ мушоҳида мегарданд, ки метавонанд ҳамчун эрод ё пешниҳоди илмӣ мавриди баррасӣ қарор гиранд.

1. Дар қисми назариявии диссертатсия масъалаҳои марбут ба таҳаввули мафҳуми «маркетинг» ва равишҳои гуногуни илмӣ нисбат ба он мавриди баррасӣ қарор гирифтаанд, аммо таҳлили муқоисавии таҷрибаи мамлакатҳои пешрафта дар самти ташкили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ метавонист боз ҳам муфассалтар пешниҳод гардад.

2. Дар бахши методология номгуӣ усулҳои таҳқиқот оварда шудааст, вале алгоритми пайдарпайи татбиқи онҳо ва робитаи мантиқии байни усулҳои интихобшуда ба таври схемавӣ ё моделӣ нишон дода нашудааст.

3. Дар баъзе қисматҳои боби дуюм (саҳ. 68-120) натиҷаҳои таҳлили фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон пешниҳод гардидаанд, аммо истифодаи васеътар ва амиқтари нишондиҳандаҳои омори ва усулҳои муосири таҳлили иқтисодӣ метавонист асоснокии баъзе хулосаҳои таҳлилий ва пешниҳодҳои амалиро боз ҳам тақвият диҳад.

4. Пурсишҳои коршиносӣ ҳамчун яке аз манбаъҳои асосии маълумот истифода шудаанд, аммо ҳаҷми интихоб, принципҳои интихоби респондентҳо ва усулҳои коркарди омории натиҷаҳо ба таври муфассал тавсиф нагардидаанд.

5. Ҳангоми таҳлили фаъолияти корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон бештар нишондиҳандаҳои тавсифӣ истифода гардида, муқоисаи онҳо бо нишондиҳандаҳои миёнаи ҷумҳуриявӣ ё соҳавӣ ба таври кофӣ анҷом дода нашудааст.

6. Ҳангоми баррасии самтҳои тақмили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ баъзе пешниҳодҳо хусусияти умумӣ доранд ва барои татбиқи онҳо таҳияи механизмҳои мушаххаси амалисозӣ ва арзёбии самаранокии иқтисодии онҳо мақсаднок мебуд.

7. Дар матни диссертатсия дар баъзе мавридҳо такрори баъзе фикрҳо ва хулосаҳо ба назар мерасад, ки ихтисор ва таҳрири минбаъдаи онҳо метавонад ба беҳтар гардидани сохтор ва мантиқияти пешниҳоди маводи илмӣ мусоидат намояд.

Эродҳо ва мулоҳизаҳои зикршуда бештар хусусияти тавсиявӣ дошта, арзиши умумии илмӣ ва амалии диссертатсияро коҳиш намедиҳанд. Дар маҷмӯъ, диссертатсия як таҳқиқоти мустақилонаи анҷомёфта буда, дорoi аҳамияти муайяни илмӣ ва амалӣ мебошад.

10. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ. Натиҷаҳои асосии таҳқиқоти диссертатсионӣ дар як қатор мақолаҳои илмӣ инъикос ёфта, дар маҷаллаҳо ва нашрияҳои илмӣ тақризшаванда ба таъбъ расонида шудаанд. Умуман, аз рӯйи мавзӯи диссертатсия аз ҷониби доктараб 16 мақолаи илмӣ бо ҳаҷми умумии 7,2 ҷузъи ҷопӣ (аз ҷумла 6,6 ҷузъи ҷопӣ аз ҷониби муаллиф) ба нашр расонида шудаанд. Аз ин шумора 7 мақола дар маҷаллаҳои илмӣ тақризшаванда, ки ба рӯйхати нашрияҳои тавсиянамудаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон дохил мешаванд, ба таъбъ расидаанд.

Мақолаҳои илмӣ муаллиф масъалаҳои асосии таҳқиқот, аз ҷумла ҷанбаҳои назариявии маркетинг, масъалаҳои ташкили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ, таҳқиқоти маркетингӣ дар шароити иқтисодӣ муосир ва роҳҳои такмили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатии Ҷумҳурии Тоҷикистонро дар бар мегиранд.

Интишори натиҷаҳои таҳқиқот дар маҷаллаҳои илмӣ тақризшаванда ва маводи конференсияҳои илмӣ-назариявӣ аз он шаҳодат медиҳад, ки натиҷаҳои диссертатсия аз санҷиши илмӣ гузашта, дар ҷомеаи илмӣ мавриди баррасӣ қарор гирифтаанд. Ҳамзамон, ин ҳолат сатҳи эътимоднокӣ ва аҳамияти илмӣ натиҷаҳои бадастомадаро тақвият медиҳад.

Дар маҷмӯъ, шумора ва муҳтавои интишороти илмии довталаб ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон нисбат ба нашри натиҷаҳои диссертатсия ҷавобгӯ мебошад.

11. Мувофиқати матни автореферат бо мазмуни диссертатсия. Таҳлили муқоисавии матни автореферат бо мазмуни диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода нишон медиҳад, ки байни онҳо мувофиқати кофии илмӣ ва мантиқӣ мавҷуд мебошад. Автореферат мазмуни асосии кори илмиро ба таври мухтасар, вале пурмуҳтаво инъикос менамояд.

Мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот, ки дар автореферат оварда шудаанд, пурра ба мазмуни диссертатсия мувофиқ мебошанд. Муаллиф самтҳои асосии таҳқиқотро дақиқ инъикос намуда, объект ва предмети таҳқиқотро равшан муайян кардааст. Дар диссертатсия ин ҷанбаҳо дар қисматҳои муқаддимавӣ ва бобҳои таҳлили назариявӣ муфассал баррасӣ шудаанд.

Асосҳои назариявии дар автореферат зикршуда бо сарчашмаҳои илмӣ ва таҳқиқоти истифодашуда дар диссертатсия мувофиқанд. Муаллиф усулҳои таҳқиқоти илмӣ, аз ҷумла таҳлили муқоисавӣ, таҳлили омӯри ва омӯзиши таҷрибаи амалиро истифода намудааст, ки онҳо дар матни диссертатсия пурра инъикос ёфтаанд. Ин ҳолат сатҳи баланди асоснокии илмии кори таҳқиқотиро нишон медиҳад.

Мазмуни бобҳои асосии диссертатсия дар автореферат ба таври мухтасар ва системавӣ оварда шудааст. Натиҷаҳои таҳлилҳои назариявӣ ва амалии дар бобҳои диссертатсия пешниҳодшуда дар автореферат бо нигоҳ доштани моҳияти илмӣ инъикос ёфтаанд. Ҳангоми муқоиса ихтилофи ҷиддӣ байни матни диссертатсия ва автореферат мушоҳида намегардад.

Натиҷаҳои илмӣ ва унсурҳои навгонии таҳқиқот, ки дар автореферат пешниҳод шудаанд, бо натиҷаҳои воқеии дар диссертатсия бадастомада мувофиқат мекунанд. Пешниҳодҳои амалии муаллиф оид ба

такмили равандҳои таҳқиқшаванда дар ҳар ду манбаъ яксон инъикос ёфтаанд ва хусусияти татбиқшаванда доранд.

Маводи оморӣ ва ҷадвалҳои овардашуда дар автореферат бо маълумоти дар диссертатсия истифодашуда мутобиқат доранд. Тафовути ҷиддӣ дар нишондиҳандаҳои миқдорӣ ё натиҷаҳои ҳисобҳо мушоҳида намешавад, ки ин дурустии коркарди маълумоти омориро тасдиқ менамояд.

Хулосаҳо ва тавсияҳои илмӣ дар автореферат пешниҳодшуда мазмуни бобҳои хотимавии диссертатсияро такрор намуда, моҳияти асосии таҳқиқотро инъикос мекунанд. Пешниҳодҳои муаллиф хусусияти амалӣ дошта, метавонанд дар фаъолияти соҳавӣ истифода шаванд.

Дар умум, метавон қайд намуд, ки матни автореферат бо мазмуни диссертатсия мувофиқ буда, кори илмӣ ба таври мухтасар, мантиқӣ ва илмӣ пешниҳод гардидааст. Ихтилоф ё фарқиятҳои ҷиддӣ байни автореферат ва матни асосии диссертатсия ошкор карда нашуданд, ки аз сифати баланди таҳияи кори илмӣ шаҳодат медиҳад.

12. Хулосаи умумӣ. Дар маҷмӯъ, таҳлили диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода нишон медиҳад, ки кори илмӣ мазкур дар сатҳи кофии назариявӣ, методологӣ ва амалӣ иҷро гардидааст. Мавзӯи интихобшуда дорои аҳамияти назарраси илмӣ ва амалист, зеро масъалаҳои баррасишуда ба равандҳои муосири рушди фаъолияти соҳибкорӣ ва такмили механизмҳои истифодаи воситаҳои маркетингӣ дар шароити иқтисодиёти муосир робитаи бевосита доранд. Муаллиф тавонистааст, ки масъалаи тадқиқотиро бо муносибати системавӣ ва мантиқии илмӣ таҳқиқ намояд.

Асосҳои назариявии кор дар сатҳи хуб таҳлил гардида, адабиёти илмӣ ватанию хориҷӣ ба таври кофӣ истифода шудааст. Ин имкон додааст, ки муаллиф равандҳои назариявиро бо вазъи воқеии соҳа пайваст намояд. Усули методологии интихобшуда ба хусусияти масъалаи таҳқиқшаванда мувофиқ буда, барои таҳлили нишондиҳандаҳои

иқтисодӣ ва арзёбии самаранокии қарорҳои маркетингӣ мусоидат намудааст.

Натиҷаҳои бадастомада нишон медиҳанд, ки пешниҳодҳои илмии муаллиф хусусияти амалӣ дошта, метавонанд дар фаъолияти субъектҳои соҳибкорӣ истифода шаванд. Пешниҳодҳои таҳияшуда барои такмили механизмҳои идоракунии маркетингӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳо мусоидат менамоянд. Хусусан, натиҷаҳои таҳқиқот хусусияти татбиқшаванда дошта, метавонанд ҳамчун асос барои қабули қарорҳои идоракунӣ хизмат намоянд.

Навгониҳои илмии диссертатсия дар таҳияи тавсияҳо ва моделҳои такмилёфтаи истифодаи воситаҳои маркетингӣ ифода ёфтаанд. Муаллиф кӯшиш намудааст, ки масъалаҳои назариявиро бо шароити иқтисодии кишвар пайваст намуда, имкониятҳои амалии татбиқи онҳоро нишон диҳад.

Мувофиқати автореферат бо мазмуни диссертатсия қаноатбахш арзёбӣ мегардад. Ҳамаи қисматҳои асосии таҳқиқот - аз мақсад ва вазифаҳо то натиҷаҳо ва хулосаҳои илмӣ - дар автореферат ба таври мухтасар ва пурмазмун инъикос шудаанд.

Ҳамзамон, бояд қайд намуд, ки кори илмӣ дар маҷмӯъ бо сатҳи баланди мантиқи илмӣ, сохтори муназзам ва услуби илмии ниғориш фарқ мекунад. Диссертатсия ба талаботи Низомномаи Комиссияи олии аттестасионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон барои таҳияи диссертатсияҳои аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051100 – Маркетинг) ҷавобгӯ буда, муаллифи диссертатсия Давлаталии Абдусаломзода сазовори дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) мебошад.

Тақриз дар ҷаласаи кафедраи идоракунии молияи давлатӣ ва иқтисоди рақамии Академияи идоракунии давлатии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳокима ва тасдиқ карда шудааст (протоколи №12

аз 12 марти соли 2026). Дар ҷаласа иштирок доштанд: 12 нафар.
Натиҷаҳои овоздиҳии кушод: тарафдор: 12 нафар, зид – нест, бетараф – нест.

Раиси ҷаласа,

Дотсенти кафедраи идоракунии
Молияи давлатӣ ва иқтисоди рақамӣ,
номзади илмҳои иқтисодӣ



Содиқов Р.Ҳ.

Ташхисгар:

Мудири кафедраи идоракунии
молияи давлатӣ ва иқтисоди рақамӣ,
доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯи
ихтисоси 6D051100 – Маркетинг, дотсент



Зоҳидов К.С.

Котиби ҷаласа, муаллими калон



Қуватзода Ҳ.А.

Имзоҳои Содиқов Р.Ҳ., Зоҳидов К.С. ва Қуватзода Ҳ.А.-ро тасдиқ мекунам.

Сардори раёсати кадрҳо,
қорғузори ва қорҳои махсуси
Академияи идоракунии давлатии назди
Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон



Насурдинзода А.Н.

Суроға: 734003, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Душанбе, кӯчаи С. Носир 33. Академияи
идоракунии давлатии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон
Тел.: +992 (37) 224-17-86, факс: +992 (37) 224-17-86

“13” 03 с.2026