

Ба шурои диссертатсионии 6D.КОА-063
назди Донишгоҳи байналмилалии сайёҳӣ ва
соҳибкории Тоҷикистон (734055, Ҷумҳурии
Тоҷикистон, ш. Душанбе, х. Борбад, 48/5)

ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ

доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори кафедраи менеҷменти Донишгоҳи давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон Аминов Иномҷон ба диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода дар мавзӯи «Хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳо (дар мисоли корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон)» барои дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) - доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 - Маркетинг (6D051101 - Маркетинг)

1. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисос ва самтҳои илм, ки аз рӯи онҳо диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст

Таҳқиқи диссертатсионии мазкур ба бандҳои зерини Шиносномаи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) мутобиқат менамояд: 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 таҳқиқи маркетингӣ. Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг. Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқи 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 тақдирҳои фаъолияти маркетингии ташкилот, 22. Нақш ва мавқеи кадрҳои маркетинг дар тақмили низоми идоракунии корхона.

2. Мубрам будани мавзӯи диссертатсия

Имрӯз рушди устувори бахши саноат бидуни низоми самараноки маркетинг, ки ба пӯёи муҳити бозор, ниёзҳои бахшҳои ҳадафноки он ва мутобиқсозии стратегияҳои пешбурди маҳсулот нигаронида шудааст, ғайриимкон аст. Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, бахусус дар яке аз

минтақаҳои калонтарин ва аз ҷиҳати захираҳои иқтисодӣ ғании он, яъне вилояти Хатлон, дар баробари соҳаи кишоварзӣ, саноат бахши муҳимми иқтисодӣ ба ҳисоб меравад. Аммо, сатҳи татбиқ ва истифодаи воситаҳои муосири маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилоят маҳдуд боқӣ монда, ба рақобатпазирӣ ва фаъолияти инноватсионии онҳо ҳалал мерасонад. Истифодаи сусти воситаҳои муосири маркетинг на танҳо аз хусусиятҳои иқтисодии минтақаи муайян, балки инчунин аз хусусиятҳои худӣ маркетинг дар саноат низ вобастагии зиёд доранд.

Натиҷаҳои таҳлили вазъи маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон, зарурати андешидани тадбирҳои ҳадафнок, оид ба беҳтар намудани шароити рушди онро нишон медиҳанд. Самаранокии фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ на танҳо бо имкониятҳои дохилии онҳо, балки бо хусусияти муҳити берунии тижорат, аз ҷумла омилҳои иқтисодӣ, институтсионалӣ, ҳуқуқӣ ва инфрасохторӣ муайян карда мешавад. Таъсиси муҳити мусоиди соҳибкорӣ муҳимтарин шартӣ баланд бардоштани рақобатпазирӣ корхонаҳои саноатии вилоят, ҳавасмандгардонии фаъолияти инноватсионии онҳо ва пайвастан ба равандҳои бозор мебошад.

Барои баланд бардоштани рақобатпазирӣ минтақаҳо, истифодаи технологияҳои муосири маркетингӣ, ки ба пешбурди самаранокии афзалиятҳои ҳудудӣ ва идоракунии захираҳои стратегӣ нигаронида шудаанд, аҳаммияти бештар пайдо мекунад. Яке аз василаҳои муассир дар ин самт маркетинги минтақавӣ мебошад, ки ба рушди устувор дар асоси қонеъ кардани ниёзҳои гурӯҳҳои муштариёни мавриди ҳадаф мусоидат мекунад.

3. Дарачаи навгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуктаҳои илмие, ки барои ҳимоя пешниҳод мешаванд

Қисмати навгонии таҳқиқ аз асосноккунии ҷанбаҳои илмӣ ва методии ташаккули маркетинг, ба роҳ мондани таҳлилҳои амиқи илмӣ ба таври равшан нишон додани дараҷаи рушд ва муайян намудани пешниҳоду тавсияҳои амалӣ баҳри рушди соҳаи саноати вилоят, ки дар шароити навин, яъне саноатикунонии иқтисодӣ ҳамчун самти афзалиятдошта бомаром татбиқ шуда истодааст, иборат буда, чунин нуктаҳоро ҳамчун навгонии кор дарбар мегирад:

- бо назардошти таҳқиқи васеи корҳои олимони хориҷию дохила ва овардани назарияи онҳо дар матн, ҳамзамон таърифи муаллифонаи диссертант низ роҷеъ ба ташаккули мафҳуми маркетинг ба таври возеҳ

дар диссертатсия дарч гашта, усулҳои таҳқиқоти маркетингӣ бо овардани таснифоти иттилоотӣ ва вазифаҳои пажӯҳиши маркетингӣ, марҳилаҳои маркетинг, тавсифи қиёсии усулҳои анъанавӣ ва муосири таҳқиқи маркетингӣ, мисолҳои истифодабарии усулҳои муосири таҳқиқи маркетингӣ ва монеаҳои асосии татбиқи усулҳои рақамии таҳқиқи маркетингӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон асоснок гаштааст;

- наwgонии дуҷум таҷрибаҳои ташкилии низоми маркетинги кишварҳои хориҷа ном гирифта, аз ҷониби муаллиф таҷрибаи якҷанд кишварҳо ва татбиқи усулҳои онҳо бо имконоти мавҷудаи кишвар нишон додашуда, бо овардани хусусиятҳои амсилаи маркетингӣ, сатҳи баланди рақамикунонӣ, нақши бевоситаи давлат дар ин низом ва истифодаи воситаҳои асосӣ ҷиҳати рушди низоми маркетингӣ ошкор гаштааст;

- вобаста ба наwgонии наwbатӣ муаллиф нишондиҳандаҳои рушди саноати вилояти Хатлонро барои солҳои 2010-2023 бо назардошти ҳиссаи он дар маҷмуи умумии маҳсулоти саноатии ҷумҳурӣ таҳлил ва нишон дода, аз натиҷаи таҳлил хулоса ва тавсияҳои судманд пешниҳод гардида, ҳамзамон он мушкилое, ки боиси рушди фаъолияти корхонаҳои саноатӣ гашта, дар низоми самаранокии маркетинг монеъ мешаванд, муайян шуда, сабабҳо ва тавсияҳо баҳри рушди маҳдудиятҳо ва ташаккули фазои босуботи соҳибкорӣ пешниҳод гашта, дар шароити рушди технологияҳои иттилоотӣ хусусиятҳои ташкили низоми маркетинги корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон муайян гаштааст;

- дар диссертатсия муаллиф баҳри татбиқи босамар ва рушди низоми маркетингии корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон равандҳои асосноккунӣ ва қабули қарорҳои маркетингӣ дар корхонаҳои саноатиро такмил дода, таҳияи стратегия ва барномаҳо барои ташаккули муҳити созгори рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон асоснок намуда, чунин равандҳоро ҳамчун самтҳои афзалиятноки таъмини рушди минбаъда бо назардошти татбиқи онҳо аз ҷониби сохтору шахсони алоҳида муайян намудааст.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда

Дар диссертатсия қайд бар он карда мешавад, ки рушди низоми маркетинг дар корхонаҳо мебояд дар заминаи такмили равандҳои асосноккунӣ, қабули қарорҳои маркетингӣ, таҳияи стратегия ва барномаҳо барои ташаккули муҳити созгори рушди маркетинг дар кишвар бо назардошти афзудани талаботи пайвастаи иқтисодии аҳоли

васеъ ва сифати маҳсулот беҳ карда шуда, ба талаботи шароити навини рушди иқтисодиёти миллӣ ва қарор доштани рақобатҳои зиёд миёни соҳибкорон мутобиқ карда шавад.

Муаллиф кӯшиш намудааст, ки бо мақсади таҳкими сифати диссертатсия ва мутобиқ намудани он ба талаботи муосир, ба таври васеъ ва амиқ аз адабиёти илмии дахлдори ватанию хориҷӣ, ҳисобҳои омории сохторҳо ва маводи конфронсҳои сатҳи гуногун, барои тақвияти қор аз ҳисобҳои ташкилотҳои байналмилалӣ, ҳамзамон ҷиҳати равшанӣ андохтан дар низоми амалкунандаи фаъолияти маркетингӣ аз усулҳои таҳлилии қиёсӣ, пурсишҳои қоршиносон ва усулҳои таҳлили омӯри истифода намуда бошад ва чунин ҷараён аз матни диссертатсия баръало мушоҳида мегардад.

Аз натиҷаи омӯзиши матни диссертатсия чунин маълум мегардад, ки муаллиф ба таври нозукбиниона манбаъҳои интихобшударо мақсаднок истифода намуда, маълумоти омории таҳқиқшударо ба таври озоду фаҳмо ва мустақил мавриди таҳлили амики илмӣ қарор дода, дар асоси омӯзиши таҳлил хулоса ва пешниҳодҳои дахлдори муфидро таҳия намудааст, ки аз дараҷаи бозьтимодии қор собит карда мешавад.

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

Натиҷаҳои бадастомадаи аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқи муаллиф, метавонад бевосита дар ташаккул ва рушди асосҳои илми маркетинг ва ташкили фазои муносиби татбиқгардии низоми маркетинг дар фаъолияти қорхонаҳои саноатӣ бо мақсади фаъол намудани бахши истеҳсолӣ, истифодаи самараноки захираҳои меҳнатию таъмини дараҷаи сифатнокии маҳсулот, баланд гардонидани қисмати содироти саноатии кишвар, таъмини даромади сатҳи лозимаи аҳоли ва афзоиши иқтидори молиявии кишвар дар шароити мураккабгардии вазъи иқтисодиёти минтақа ва ҷаҳон таъсири аввалиндараҷаи ҳудро расонад.

Хулоса ва тавсияҳои аз ҷониби муаллиф дар диссертатсия зикршуда, метавонад боз ҳам дар масъалаи такмилдиҳии як низоми муносиб ва мувофиқи маркетинги қорхонаҳо дар шароити босуръат рушдҳои саноатикунории иқтисоди ҷаҳони муосир бо мақсади зиёд намудани қисмати фуруши кишвар саҳмгузор буда, ҳамчун роҳнамо дар таҳия ва татбиқи барномаҳои махсуси қорхонаҳо бо мақсади фаъолияти рақобатпазирии бардавом дар бозори рақобатҳои фаъолияти истеҳсолии субъектҳои иқтисодӣ хизмат расонад.

Ҳамзамон, натиҷаҳои асосии диссертатсия дар конфронсҳои сатҳи гуногуни хориҷию ватанӣ, тавсияҳои амалии он ҳамчун падидаи судманд

дар фаъолияти бархе аз корхонаҳои саноатии вилоят, аниқтараш дар фаъолияти ҶСК «Азот» ва ҶДММ «Оила» татбиқ гашта, қисмати назариявии он ба таълими фанҳои «Маркетинги байналхалқӣ», «Маркетинг дар соҳаҳо», «Таҳқиқотбарии маркетинг» ва «Асосҳои маркетинг» дар мактабҳои олии рост меоянд.

6. Мазмуни кори диссертатсионӣ

Кори диссертатсионии муаллиф аз муқаддима, се боб, хулосаю тавсияҳо ва рӯйхати адабиёт аз 160 номгӯй иборат буда, ҳаҷми он 183 саҳифаро ташкил дода, дар он 23 ҷадвал ва 14 расм мавриди истифода қарор гирифтааст.

Дар қисмати муқаддима муҳимияти мавзӯ ба таври нозукбинона нишон додашуда, дараҷаи таҳқиқи мавзӯ бо овардани адабиёти илмии муҳаққиқони соҳавии ватанию хориҷӣ ва робитаи таҳқиқот бо барномаҳо ва мавзӯҳои илмӣ асоснок шудаанд. Мақсади мавзуи таҳқиқшаванда муайян гашта, вазифаҳо, объекту предмет ва фарзияи таҳқиқ нишон дода шуда, асосҳои назариявӣ ва амалии кор бо назардошти хусусиятҳои хеш муайян гашта, сарчашмаҳои маълумот бо нишон додани номи сохтор ва адабиёт ишора шудааст. Пойгоҳи таҳқиқ вобаста ба амалишавии диссертатсия, ҳамзамон навғониҳои таҳқиқ ва нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда нишон дода шуда, аҳамияти назариявӣю амалии таҳқиқот асоснок шудааст. Дараҷаи эътимоднокии диссертатсия ва мутобиқати он ба шиносномаи ихтисоси илмӣ муайян гашта, саҳми шахсии довталаб, амалисозии натиҷаҳои таҳқиқ ва интишорот аз рӯйи мавзуи диссертатсия нишон дода шудааст.

Боби якуми диссертатсия «**Асосҳои назариявӣ ва ҷанбаҳои методии ташаккул ва рушди маркетинг**» номгузорӣ шуда, дар он масъалаҳои заминаҳои назариявӣ ва ҷанбаҳои иқтисодии таҳаввули мафҳуми маркетинг, ҷанбаҳои методӣ ва усулҳои муосири таҳқиқи маркетингӣ ва таҷрибаи хориҷии ташкили маркетинг ва имконияти корбурди он дар корхонаҳои саноатии Ҷумҳурии Тоҷикистон омӯзиш шудааст.

Аз ҷониби муаллиф чунин таъкид мешавад, ки барои дарки пурраи заминаҳои назариявӣ ва ҷанбаҳои иқтисодии таҳаввули мафҳуми маркетинг ба таърихи ин мафҳум ва фаъолияти иқтисодӣ назар бояд кард. Маркетинг, ҳамчун як амалияи муназзам решаҳои амиқ дорад, ки аз гузаштаи дур маншаъ мегиранд. Аввалин падидаҳои маркетинг намоишгоҳҳо ва ярмаркаҳо буданд, ки аз ҷониби корхонаҳо ба хоҳири густариши фурӯши маҳсулот ва хизматрасониҳо ташкил карда мешуданд. Ин чорабиниҳо ҳамчун як платформаи муҳимми ҳамкори

байни истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагон баромад намуда, ба истеъмолкунандагон имкон медоданд, ки бо маҳсулот ва хизматрасониҳои нав шинос шаванд, истеҳсолкунандагон аз бозор фикру ақида гиранд ва онҳоро минбаъд ҳангоми пешниҳоди маҳсулот ва хизматрасониҳои худ ба кор баранд (саҳ. 18).

Дар асоси омӯзиши адабиёти зиёд муаллиф муайян намудааст, ки аввалин бор омӯзиши фанни маркетинг солҳои 1901-1902 дар донишгоҳҳои Чикаго (иёлоти Иллинойс), Ҳарвард (иёлоти Массачусетс), Мичиган ва Пелсинвания ба роҳ монда шуд. Пас аз чанде, соли 1908 дар ИМА ширкати тиҷоратии таҳқиқотӣ доир ба омӯзиши масъалаҳои маркетинг таъсис дода шуд. Аз солҳои 1910 шуруъ карда, дар корхонаҳои тиҷоратӣ шубаҳои маркетинг ба фаъолият оғоз карданд. Соли 1922 аввалин бор таблиғ дар радио садо дода, соли 1926 дар ИМА ассотсиатсияи миллии омӯзгорони фанҳои маркетинг ва таблиғ ташкил шуд. Пас аз таназзули бухрони бузурги иқтисодии солҳои 1929-1933, ки тамоми ИМА-ро фаро гирифт ва таъсири ҷаҳонӣ дошт, маркетинг дар доираҳои олимони иқтисоддон ҳамчун илми мустақил эътироф гардид (саҳ. 23).

Ҷойи дигар муаллиф ибраз медорад, ки таҷрибаи хориҷӣ самаранокии баланди муносибати муназзамро ба фаъолияти маркетингӣ нишон медиҳад, ки дар доираи он маркетинг ба стратегияи умумии корхона, аз ҷумла инноватсияҳо, логистика, идоракунии сифат ва муносибатҳои муштариён ҳамгиро карда мешавад. Дар мамлакатҳои, ба мисли Олмон, ИМА, Чин, Ҷопон ва Кореяи Ҷанубӣ, пашуҳиши маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ на танҳо ба бозори дохилӣ, балки ба бозори хориҷӣ низ нигаронида шуда, имкон медиҳанд, ки корхонаҳои милли дар занҷираҳои ҷаҳонии истеҳсол ва таҳвили маҳсулоти саноатӣ фаъолона ширкат варзанд ва ба ин васила бартарихҳои устувори рақобатии худро ташаккул диҳанд (саҳ. 51).

Боби дуюми дуюми диссертатсия «**Хусусиятҳои ташкили низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон**» буда, дар он вазъи низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон таҳлил ва арзёбӣ гашта, ташаккули муҳити мусоиди соҳибкорӣ барои рушди маркетинг муайян ва хусусиятҳои ташкили маркетинги корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон дар шароити ҷаҳонишавӣ ва рақамикунонӣ нишон дода шудааст.

Дар асоси қадвали 2.1 муаллиф муайян намудааст, ки дар солҳои 2010-2023 шумораи корхонаҳои саноатӣ ба андозаи 3,2 маротиба зиёд

шуда, ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти саноатӣ аз 3881 миллион сомонӣ дар соли 2010 то ба 11841 миллион сомонӣ дар соли 2023 (бо нархҳои соли 2023) расидааст. Ин аз хеле зиёд шудани ҳаҷми маҳсулоти воқеии саноатии вилоят шаҳодат медиҳад. Суръати афзоиши истеҳсолоти саноатӣ ба таври умум мусбат буда, афзоиши маҳсусан қавӣ дар солҳои 2015 (114,2%) ва 2021 (110,3%) буд. Ин давраҳои рушди фаъоли саноатро инъикос мекунанд, ки эҳтимолан аз ҳисоби сармоягузорӣ ва навсозии истеҳсолот ба вуҷуд омадааст (саҳ. 71).

Муаллиф фаъолияти корхонаҳои саноатиро омӯзиш карда, чунин ошкор менамояд, ки дар шароити вилояти Хатлон ташаккули муҳити мусоиди соҳибкорӣ ба назар гирифтани як қатор хусусиятҳои минтақавиро талаб мекунад, аз ҷумла:

- ҳиссаи баланди аҳолии деҳот;
- рушди нокифояи инфрасохтори рақамӣ;
- маҳдуд будани имкониятҳои молиявии корхонаҳои хурд ва миёна;
- зарурати мутобиқ намудани амалияи байналмилалӣ маркетинг ба шароити миллӣ (саҳ. 86).

Ҷойи дигар ишора шудааст, ки хусусиятҳои рушди иҷтимоию иқтисодии вилояти Хатлон, сохтори саноат, мавҷудият ва дастрасии захираҳо, сатҳи рушди инфрасохтор, инчунин дараҷаи омодагии корхонаҳо ба табдили рақамӣ шароити маҳсуси ташаккули фаъолияти маркетингиро дар корхонаҳои саноатии минтақа фароҳам меоранд. Барои таҳияи амсилаҳои самарабахши маркетинг, ки рушди устувори корхонаҳои саноатии вилоятро дар шароити нав таъмин карда тавонанд, ҳам тамоюлҳои ҷаҳонӣ ва ҳам хусусиятҳои маҳаллии минтақаро ба назар гирифтани муҳим аст (саҳ. 102).

Боби сеюми диссертатсия «**Самтҳои рушди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон**» номгузорӣ шуда, масъалаи равандҳои асосноккунӣ ва қабули қарорҳои маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ такмил додашуда, таҳияи стратегия ва барномаҳо барои ташаккули муҳити созгори рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон тавсия шудааст.

Муаллиф таъкид мекунад, ки дар шароити афзоиши рақобати бозорӣ ва тағйирёбии босуръати муҳити берунӣ қобилияти корхонаҳо барои қабули қарорҳои асоснок ва фаврии маркетингӣ омили муҳимми рушди устувори онҳо мегардад. Барои корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон, ки дар шароити захираҳои маҳдуд ва муҳити ноустувори бозор фаъолият мекунанд, раванди қабули қарорҳои маркетингӣ на танҳо

пайвастагӣ ва эътимодноқӣ, балки мутобиқшавӣ ба хусусиятҳои минтақавиро низ тақозо мекунад (саҳ. 121).

Ҳамзамон, дар ҷойи дигар қайд мегардад, ки барои беҳтар кардани идоракунии ва самаранокии маркетинг амсилаи марҳила ба марҳила қабул кардани қарорҳоро, ки дар асоси принципҳои аз ҷиҳати илмӣ асоснок ва ба воқеияти корхонаи мушаххас мутобиқ карда шудааст, татбиқ кардан лозим аст (саҳ. 123).

Таҳлили фаъолияти корхонаҳои саноатии вилоят нишон медиҳад, ки дуруст арзёбӣ накардани нақши таҳқиқоти маркетингӣ боиси як қатор хатоҳои муназзами зерин мегардад:

- дар натиҷаи бе омӯзиши талабот ба фурӯш баровардани маҳсулоти нав захираи молҳо дар анборҳо зиёд мешавад;

- зиёд кардани ҳаҷми таблиғ бе арзёбии самаранокии каналҳо афзоиши дилхоҳи фурӯшро таъмин намекунад;

- қарорҳои нархгузорӣ бе таҳлили чандирии нарх ва рақобат қабул карда мешаванд, ки ин боиси паст шудани маржа ё аз даст додани муштариён мегардад (саҳ. 128).

Муаллиф қайд мекунад, ки дар шароити афзоиши рақобати бозорӣ ва зарурати мутобиқ шудан ба мушкilotи рақамии замон, сиёсати саноатии минтақа бояд тамаркузи возеҳ ифодаёфтаи маркетингро ба даст орад. Ин махсусан барои вилояти Хатлон мубрам аст, ки қисми зиёди корхонаҳои саноатӣ дар шароити дастрасии маҳдуд ба воситаҳои муосири маркетинг, нарасидани мутахассисон ва ҳамгирии сушт ба занҷираҳои молии миллӣ ва байналмилалӣ фаъолият мекунанд. Ҳалли ин мушкilot таҳия ва татбиқи барномаҳои минтақавии дастгирии маркетингро талаб мекунад, ки ба воқеияти корхонаҳо ва афзалиятҳои рушди иқтисодии вилоят нигаронида шуда бошанд (саҳ. 141).

Дар асоси таҳқиқи муаллиф чунин ошкор менамояд, ки татбиқи стратегияҳо ва барномаҳои маркетингӣ дар сатҳи минтақавӣ ва соҳавӣ на танҳо коркарди муфассали марҳилаҳои татбиқ, балки низоми арзёбии самаранокии онҳоро низ тақозо мекунад. Самаранокии тадбирҳо бояд на ба таври рӯякӣ, балки дар асоси меъёрҳои мушаххас, нишондодҳо ва мониторинги мунтазам, таъмини ислоҳи саривақтии қарорҳои стратегӣ ва тактикӣ муайян карда шавад (саҳ. 152).

Дар асоси омӯзишҳои зиёди таҳқиқӣ, таҳлилу арзёбии вазъ, ҳамзамон самтҳои муайяни таъсирбахш дар қисмати хулосаву тавсия аз ҷониби муаллиф ба таври мушаххас ва илман дарҷ ёфта, хангоми татбиқи пайваста метавонад дар самаранокии рушди маркетинги

корхонаҳои саноатии вилоят поягузор шуда, бозори маркетинги саноатиро ба ҷуз аз худ дар дигар минтақаҳои кишвар низ васеъ гардонид, рушди иқтисодии кишварро дар симои нав, яъне иқтисоди саноатии самарабахш табдил дода бошад.

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

Бо назардошти муваффақиятҳои таҳқиқи гузаронидашуда аз нигоҳи мантиқӣ, бархе аз норасоҳои дигари зерин низ ба чашм мерасанд:

1. Муаллиф дар зербоби 1.3 таҷрибаи якчанд кишварҳои дур ва рушдкардаи ҷаҳон, аз ҷумла Олмон, Кореяи Ҷанубӣ, ИМА ва ҚМЧ-ро мавриди омӯзиш қарор додааст, ки чунин раванд аз як тараф хуб, аммо аз тарафи дигар имконоти онҳо аз имконоти мавҷудаи Тоҷикистон дар сатҳи ниҳоят баланд қарор доранд. Агар аз ҷониби муаллиф дар қатори кишварҳои болозикр, ки онҳо рушди баланди низоми маркетинги корхонаҳоро доро мебошанд, ҳамзамон таҷрибаи кишварҳои наздик ва ҳамсоя, ки ташкили низоми маркетинги онҳо нисбат ба кишварҳои болозикр пасттар буда, аммо имконоти онҳо метавонад барои кишвари мо ҳамчун омӯзиш ва истифодаи он вобаста ба имконот ва хусусиятҳои мавҷуда дар матни диссертатсия ба таври муфассал ва фаҳмо оварда ва нишон дода мешуд, фикр менамоем, ки ба манфиати илмии кор мебуд.

2. Дар зербоби 2.1, сах. 72, ҷадвали 2.1 муаллиф нишондиҳандаҳои асосии рушди саноати вилояти Хатлон дар давраи солҳои 2010-2023, аз ҷумла шумораи корхонаҳои саноатӣ, суръати афзоиши маҳсулоти саноатӣ, ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти саноатӣ ва ғайраро мавриди таҳлил қарор додааст. Аммо, ҳиссаи алоҳидаи ҳар яке аз ноҳияҳои ҳудуд дар ҳаҷми умумии нишондиҳандаҳои вилоятӣ муайян карда шуда, тавсияҳо барои рушди саноат дар онҳо коркард мешуданд, сифат ва самараи кори таҳқиқотии муаллиф боз ҳам мақсадноктар мегардид;

3. Дар зербоби 2.1, сах. 92 муаллиф рушди муносибатҳои қарзиро яке аз самтҳои асосии ташаккули босуръати фазои муносиби бахши истеҳсолии корхонаҳо баён намуда, ҳамзамон ҳаҷми қарзҳои бонкии корхонаҳои саноатиро аз рӯи минтақаҳои кишвар дар соли 2023 дар ҷадвали 2.6 матраҳ намудааст. Масъалаи асосие, ки тамоми соҳибкорон сараввал ба он диққати ҷиддӣ медиҳанд, ин меъёри фоизи қарз буда, сатҳи таъмини талаботи онҳо дар заминаи меъёрҳои нисбатан пастӣ ҷавобгӯ ба имкониятҳои молиявӣ иқтисодии онҳо, қонеъ карда мешавад. Дар ҳамин зербоб агар як ҷадвали дигари алоҳида бо нишон

додани меъёри Ҷоизхое, ки аз рӯйи онҳо ба соҳаҳои афзалиятноки иқтисодии кишвар қарзи бонкӣ дода мешавад, сохта ва ҷойгир менамуд, боз ҳам симо ва дараҷаи фазои соҳибкорӣ мушаххастар мушоҳида гашта, кор аз нигоҳи мухтаво бӯрд менамуд;

4. Муаллиф дар зербоби 3.2, саҳ. 144, ҷадвали 3.6 таъсири барномаҳои дастгирии маркетингиро ба самаранокии корхонаҳои саноатӣ ном гирифтааст, вазъи умумии нишондиҳандаҳои вилоятро амсиласозӣ ва таҳлил намудааст. Агар фаъолияти корхонаҳое, ки бевосита дар заминаи гирифтани грантҳо, дастгирии машваратӣ ё иштирок дар намоишгоҳҳои соҳавӣ ва чорабиниҳои омӯзишии онҳо ба таври мушаххас ва бо нишон додани ҳиссаи ҳар яке аз онҳо дар ҳаҷми умумии маҳсулоти саноатии вилоят баррасӣ мегардид, сифати кор мукамалтар мегашт;

5. Агар муаллиф дар таҳқиқ дар мисоли якчанд корхонаҳои саноатии вилоят дар асоси таҳлили нишондиҳандаҳои фаъолияти молиявӣ хоҷагидорӣ онҳо дар 5-10 соли охир таъсири маркетингро ба рушди Ҷоиданокии онҳо ҳисоб менамуд, мазмуни диссертатсия боз ҳам ғанитар мегардид.

6. Рушди иқтисоди “сабз” дар фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатии вилоят мубрамияти аввалиндараҷа дорад. Бинобар, ин дар зербоби махсусе дар боби охири ба масъалаҳои ба талаботи он мутобиқгардонии фаъолияти хоҷагидорӣ субъектҳои хоҷагидори соҳаи саноат матраҳ мегардид, мазмуни таҳқиқ бойтар мешуд.

Эродҳо ва норасоҳои номбаршуда, сифат ва мазмуни диссертатсияро паст намегардонанд ва барои муаллиф дар пажӯҳиши ояндаш роҳнамой мекунанд.

8. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ

Муаллиф дар давраи иҷрои кори диссертатсионӣ тавонистааст, ки бо донишу малакаҳои илмии хеш 16 мақолаи илмӣ бо ҳаҷми 7,2 ҷузъи ҷопӣ, ки аз он 6,6 ҷузъи ҷопиаш аз муаллиф мебошад, нашр намояд. Аз шумораи умумии мақолаҳо 7 мақола дар маҷаллаҳои тақризшавандаи назди ҚОА-и Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва 9 мақолааш дар дигар нашрияҳо, аниқтараш дар маводи конференсҳои сатҳи гуногун нашр гардидааст, ки онҳо ба пуррагӣ натиҷаҳои ниҳии мухтавои диссертатсияро собит месозанд.

**9. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссияи
олии аттестатсионӣ**

Аз натиҷаи ҷамъбасти кори диссертатсионии муаллиф маълум мегардад, ки дар таҳия ва барасмиятдарории он Дастурамал оид ба тартиби барасмиятдарории диссертатсия, автореферати диссертатсия ва дигар маводи илмӣ, ки бо фармоиши раиси Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 27 декабри соли 2024, таҳти № 493 қабул шудааст, риоя гардидааст.

10. Хулосаи ҷамъбасти

Диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода дар мавзӯи «Хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳо (дар мисоли корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон)» аз рӯи натиҷаҳои ҷамъбасти мусбати хеш ҷавобгӯй ба талаботи бандҳои 31 ва 33-и «Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ», ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30-июни соли 2021, таҳти № 267 тасдиқ шудааст, таҳия гардида, муаллифи диссертатсия сазовори гирифтани дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) – доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) мебошад.

Муқарризи расмӣ:

**доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори
кафедраи менеҷменти Донишгоҳи
давлатии молия ва иқтисоди Тоҷикистон**

 **Аминов И.**

Имзои Аминов И.-ро тасдиқ мекунам:

**Сардори раёсати кадрҳо ва
корҳои махсуси ДДМИТ**



Мирҷамолов М.А.

« 14 » « 03 » соли 2026

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