

**Ба Шурои диссертациони 6D.KOA-063  
нази Донишгоҳи байналмилалии сайёҳӣ  
ва соҳибкории Тоҷикистон (734055, ш.  
Душанбе, хиёбони Борбад 48/5)**

### **ТАҚРИЗ**

**ба автореферати диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода дар мавзуи «Хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳо (дар мисоли корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон)», ки барои дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) пешниҳод шудааст.**

Автореферати диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода ба яке аз масъалаҳои муҳими иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар марҳилаи муосир – ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ, махсусан дар сатҳи минтақавӣ, бахшида шудааст. Мубрамии мавзӯ бо фармонҳои ва барномаҳои давлатӣ, аз ҷумла эълони солҳои 2022-2026 ҳамчун «Солҳои рушди саноат» ва стратегияи саноатикунонии босуръати мамлакат, ки татбиқи усулҳои муосири идоракунӣ ва маркетингро тақозо мекунад, асоснок карда мешавад. Муаллиф дуруст қайд мекунад, ки вилояти Хатлон ҳамчун яке аз минтақаҳои калонтарини мамлакат дар раванди саноатикунонӣ нақши муҳим дорад ва дар робита ба ин, омӯзиши хусусиятҳои минтақавии маркетинг дар ин ҷо аҳамияти хоса пайдо мекунад.

Автореферат моҳияти асосии диссертатсияро ифшо ва муҳтавои онро дар шакли фишурда ифода мекунад. Дар автореферат нағсонӣ, нуқтаҳои асосии ба ҳимоя пешниҳодшаванда, натиҷаҳои асосӣ, хулосаҳои дар асоси он таҳияшуда ва дигар муқаррароти диссертатсия оварда шудаанд. Доир ба мавзуи таҳқиқот 16 мақолаи илмӣ, аз ҷумла 7 мақола дар маҷаллаҳои илмӣ тақризшаванда нашр шудааст, ки ҷиҳатҳои асосии диссертатсияро дар бар мегиранд. Аз автореферат бармеояд, ки ҷанбаҳои назариявӣ методологӣ ва коркардҳои амалӣ вобаста ба мавзӯ пурра ва мукамал мебошанд.

Муаллиф таҳқиқоти назариявиро дар сатҳи баланд анҷом дода, ба асарҳои илмӣ олимони хориҷӣ (Г.Л. Бағиев, Е.П. Голубков, Ф. Котлер, Ж.Ж. Ламбен ва диг.) ва ватанӣ (О.Ҷ. Арипов, А.А. Бойматов, М.Н. Досиев, Қ.К. Толибов ва диг.) таъя кардааст. Нағсонии илмӣ таҳқиқот дар нуқтаҳои зерин ифода ёфтааст:

1. Муаллиф тафсири нави мафҳуми маркетингро пешниҳод карда, онро ҳамчун қобилияти пайваст кардани хоҳишҳои одамон бо пешниҳодоти тичоратии корхона, табдил додани таваҷҷуҳи истеъмолкунандагон ба эътимод ва эътимод ба арзишҳои устувор, ки одамон мехоҳанд доимо онҳоро

ба даст оранд, маънидод мекунад (саҳ. 18). Ин тафсир нақши стратегии маркетинги дар ташаккули муносибатҳои дарозмуддат бо муштарӣ таъкид менамояд.

2. Усулҳои муосири таҳқиқоти маркетингӣ ба низом дароварда шуда, имконияти корбурди онҳо дар корхонаҳои саноати Ҷумҳурии Тоҷикистон асоснок карда шудааст. Муаллиф ҳамчунин мисолҳои мушаххаси истифодаи ин усулҳоро дар шароити мамлакат овардааст (саҳ. 20-21).

3. Таҳлили амиқи вазъи фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноати вилояти Хатлон гузаронида шуда, дар асоси он амсилаҳои сохтори ташкилии хадмоти маркетинг ва стратегияи ҳамгирои маркетинг пешниҳод шудааст (саҳ. 23-29). Бояд қайд кард, ки ин қисмати таҳқиқот дорои арзиши баланди амалӣ мебошад.

4. Самтҳои рушди фаъолияти маркетинг, аз ҷумла такмили қабули қарорҳои маркетингӣ, таҳкими иқтисодии кадрӣ ва татбиқи технологияҳои рақамӣ, муайян карда шудаанд. Махсусан, стратегияи қадам ба қадами маркетинги рақамӣ, ки барои корхонаҳои дорои захираҳои маҳдуд пешниҳод шудааст (саҳ. 32-33), навоарӣ ва самаранокии амалиро нишон медиҳад.

5. Амсилаи низоми минтақавии дастгирии маркетинг таҳия шудааст, ки ҳамкориҳои давлат, корхонаҳои саноатӣ, ассотсиатсияҳои соҳибкорон, муассисаҳои таълимӣ ва платформаҳои рақамиро дар бар мегирад (саҳ. 36).

Тавсияҳои пешниҳодшуда (саҳ. 41-42) дақиқ ва асоснок буда, ба беҳбудии воқеии фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатӣ нигаронида шудаанд. Махсусан тавсияҳо оид ба таъсиси воҳиди сохтории марбут бо маркетинг, баланд бардоштани таҳассуси кормандон, ҷорӣ намудани банақшагирии стратегӣ ва татбиқи воситаҳои рақамӣ, инчунин тавсияҳо барои мақомоти давлатӣ ва вилоятӣ дар самти дастгирии маркетинг саривақтӣ ва муфид мебошанд.

Аҳамияти назариявӣ дар рушди ақидаҳо оид ба моҳият ва вазифаҳои маркетинг дар шароити иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон ифода ёфтааст. Аҳамияти амалии таҳқиқот хеле баланд аст, зеро тавсияҳои муаллиф метавонанд аз ҷониби роҳбарияти корхонаҳои саноатӣ ва мақомоти минтақавӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирӣ, татбиқи рақамикунонӣ ва таҳияи барномаҳои рушд истифода шаванд. Тавсияҳо барои корхонаҳои мушаххас, аз қабили ҶСК «Азот» ва ҶДММ «Оила», пешниҳод ва қисман амалӣ шудаанд, ки ин аз арзиши амалии диссертатсия шаҳодат медиҳад.

Ҳамин тариқ, ҷиҳатҳои арзишманди таҳқиқот зиёд мебошанд, ки дар автореферат маълумоти мухтасар дар бораи онҳо оварда шудааст. Бо вучуди ин агар муаллиф дар таҳқиқот ба якчанд нуктаҳо диққат меод, арзиши илмию амалии он бештар мегардид:

1. Дар автореферат (сах. 34, ҷадвали 7) омилҳои монешаванда, аз ҷумла ҳамроҳсозии нокифоя бо мақомоти давлатӣ, зикр шудаанд. Аммо, таҳлили амиқи сабабҳои ин монешаҳо равшан нишон дода нашудааст.

2. Дар автореферат зикр шудааст, ки стратегияи пешниҳодшуда ба баланд шудани самаранокии маркетинг ва рақобатпазирӣ мусоидат мекунад. Вале, натиҷаҳо бо рақамҳо ва нишондиҳандаҳои дақиқи иқтисодӣ асоснок карда нашудаанд. Масалан, татбиқи тавсияҳои муаллиф то чӣ андоза метавонад ҳаҷми фурушро афзоиш диҳад ё хароҷоти маркетингро кам кунад?

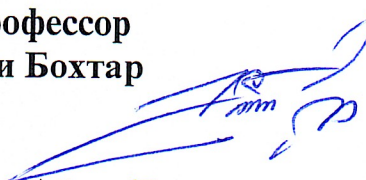
3. Муаллиф дар боби якум ва дар хулоса (банди 3) зикр мекунад, ки таҷрибаи хориҷиро омӯхта, имконияти мутобиқсозии онро ба шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон арзёбӣ кардааст. Аммо, дар автореферат мисолҳои мушаххаси мутобиқсозӣ (масалан, кадом воситаҳо, кадом усулҳо ва ба кадом корхонаҳо) оварда нашудаанд.

Вале, эродҳои мазкур тавсиявӣ буда, докталаби дарёфти дараҷаи илмӣ метавонад онҳоро дар таҳқиқоти минбаъдаи худ ба инобат гирад.

Хулосаи умумӣ аз омӯзиши муҳтавои автореферат чунин аст, ки диссертатсия дар мавзӯи «Хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳо (дар мисоли корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон)» ба талаботи бандҳои 31, 33, 34, 35 ва дигар муқаррароти Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ (бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, № 267 тасдиқ шудааст) ҷавобгӯ буда, муаллифи он Давлаталии Абдусаломзода барои сазовор дониш ба дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯйи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) сазовор мебошад.

**Такриздиханда:**

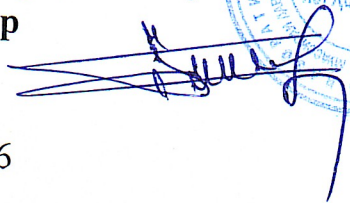
доктори илмҳои иқтисодӣ, профессор  
Ректори Донишгоҳи давлатии Бохтар  
бо номи Носири Хусрав



**Курбонзода М.Р.**

Суроға: 755140, ш. Бохтар, кучай Айни 67;  
Тел: 8(3222)2-54-81,2-22-53;  
почтаи электронӣ - bgu-1978@mail.ru;

Имзои Курбонзода М.Р-ро тасдиқ мекунам:  
Сардори шубаи кадрҳо ва корҳои махсуси  
Донишгоҳи давлатии Бохтар  
бо номи Носири Хусрав



**Нажмидинов М. М.**

« 00 » 03 соли 2026