

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

## **ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ**

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

### **1. Мубрам будани мавзуи диссертатсия**

Дар шароити муосир омӯзиш ва таҳлили тараққиёти корхонаҳои муосири истеҳсолии давлатҳои аз ҷиҳати иқтисодӣ тараққикарда нишон медиҳад, ки онҳо назария ва амалияи маркетингро дар фаъолияти ҳеш ҷамъаҷониба истифода мебаранд. Ба таври амиқ омӯзиши эҳтиёҷот ва талаботи истеъмолкунандагон имкон медиҳад, ки корхонаҳои саноатӣ дар бозор рақобатпазир гардида, дар бозорҳои фурӯш фаъолияти хешро мустаҳкам намоянд.

Ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ аз фурӯши даврӣ ба низоми ҷамъаҷонибаи ба мизочон нигаронидашуда, рақамисозӣ ва таҳлили маълумот асосёфта мегузарад. Ташаккул ва рушд марҳилаҳоро аз консепсияи истеҳсолӣ то маркетинги муносибатҳо дар бар мегирад, ки ба шароити ноустувории ҷаҳонӣ тавассути эҷоди бартарихҳои рақобатӣ мутобиқ мешаванд.

Маркетинги саноатӣ ба шарикӣ дарозмуддат, аудиторияи маҳдуд ва талаботи касбӣ нигаронида шуда, дар он қарорҳо дар асоси самаранокии иқтисодӣ оқилона қабул карда мешаванд. Рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ давраи мураккаб, тӯлонии фурӯш, аҳаммияти баланди обрӯ, фардиқунонии пешниҳодҳо ва мутобиқшавӣ ба талаботи техникаи фармоишгарро дар бар мегирад.

Маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ ба рушди устувори ва афзоиши фурӯшимаҳсулоти ширкат мусоидат мекунад. Бо ёрии он дар бозор на танҳо маҳсулотро ба таври яқлухт, балки молҳои таъиноти истеҳсолӣ-техникиро низ мефурӯшанд. Ба вазифаҳои асосии маркетинги саноатӣ таҳияи сиёсати маркетингии ширкати саноатӣ, баланд бардоштани самаранокии муносибатҳои корхона дар бозор, ҷалби маблағҳо барои рушди истеҳсолот, ҷустуҷӯи муштариёни эҳтимолию имконпазир ва рушди муносибатҳо бо онҳо ва баланд бардоштани рақобатпазирии корхона дохил мешаванд.

Ба назар нагирифтани нақши маркетинг дар давраи муносибатҳои рақобатӣ ба коҳиши фурӯши маҳсулот ҳам аз ҷиҳати микдор ва сифат оварда

расонида, ба муфлисшавии корхонаҳо оварда мерасонад. Бояд қайд кард, ки дар шароити муосир мақоми маркетинг ба фаъолияти корхонаҳои саноатӣ ва рушди ояндаи онҳо таъсири назаррас мерасонад.

Маркетинг ташкили истеҳсоли маҳсулоти саноатӣ, идоракунии раванди истеҳсолот ва танзими ҳаракати маҳсулот дар бозорҳои муайян, қонё намудани талаботи истеъмолкунандагон ин ҳама бо ҳам алоқамандии зич доранд. Яке аз масъалаҳои муҳим дар соҳаи саноат ин истеҳсоли маҳсулот ва ба фурӯш пешниҳод намудани онҳо мебошад. Аз ин нуқтаи назар масъалаи таъмини аҳолии мамлакат бо маҳсулоти хушсифат аз самаранокии пайвастаи корхонаҳои саноатӣ дар заминаи татбиқи низоми муносиби фаъолияти маркетингӣ вобаста буда, нақш ва ҷойгоҳи шабакаҳои фурӯш аҳаммияти аввалиндараҷа дорад. Аз ин лиҳоз, бояд фаъолияти рекламавӣ ва истифодаи шакли усулҳои муосири фурӯши маҳсулоти корхонаҳои саноатӣ ҳатман ба эътибор гирифта шавад.

Ҳамин тавр, баҳри баланд бардоштани самаранокии иқтисодии маҳсулоти корхонаҳои саноатӣ бояд концепсияҳои махсуси ба худ хос, мутобиқи шароити маҳалҳо дар вилояту шаҳрҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия ва амалӣ карда шавад.

Аз ин нуқтаи назар, ҳалли масоили мазкур зарурати омӯзиши амиқи хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетингро дар корхонаҳои саноатӣ тақозо менамояд. Маҳз ҳамин масъалаҳо муҳиммияти мавзӯи таҳқиқоти диссертатсионии интихобкардаи диссертантро ташкил медиҳанд.

## **2. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисос ва самтҳои илм, ки аз рӯйи онҳо диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст**

Муқаррароти илмии дар диссертатсия дарҷшуда ба Шиносномаи ихтисосҳои Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси доктори фалсафа (PhD), доктор аз рӯйи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) ва бандҳои зерини шиносномаи номгӯйи ихтисосҳо: 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 хоричии ташкили маркетинг ва истифодаи он дар ширкатҳои саноатӣ тичоратии ватанӣ; 6. Принсипҳои ташкили маркетинги молу хизматрасониҳо. Маркетинги худуд: вилоят, шаҳр, ноҳия; 15. Арзёбии рақибон ва истеъмолгарон, истифодаи он дар раванди такмилдиҳии фаъолияти маркетингии ташкилот; 22. Нақш ва мавқеи кадрҳои маркетинголог дар тақмили низоми идоракунии корхона мувофиқат мекунад.

## **3. Дараҷаи навгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуқтаҳои илмие, ки барои ҳимоя пешниҳод мешаванд**

Навгонии илмии таҳқиқот аз асосноккунии ҷанбаҳои назариявӣ услубии хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳо (дар

мисоли корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон)», коркарди тавсияҳои илмӣ-амалӣ доир ба такмил ва муайян намудани самтҳо, роҳҳои баланд бардоштани самаранокии иқтисодии хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон иборат аст.

**Навгониҳои ҷудоғонаи таҳқиқоти муаллифро ба таври зерин пешниҳод намудан мумкин аст:**

1. Дар раванди омӯзиш ва таҳқиқи адабиёти илмии олимони ватанию хориҷӣ, асосҳои назариявии ташаккул ва рушди маркетинг таҳқиқ гардида, таҳаввулотҳои консепсияҳои маркетинг, равишҳои методӣ ва усулҳои муосири таҳқиқоти маркетингӣ ошкор карда шуда, таҷрибаи хориҷии ташкили маркетинг таҳлил ва имконияти мутобиқсозии он дар корхонаҳои саноатии Ҷумҳурии Тоҷикистон арзёбӣ карда шудааст.

Таъкид карда мешавад, ки маркетинг натиҷаи таҳаввулотҳои дарозмуддати муносибатҳои бозорӣ буда, муҳтавои муосири он маҷмуи омилҳои иқтисодӣ, иҷтимоӣ, технологӣ ва фарҳангиро, ки роҳҳои ҳамкориҳои истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагонро табдил додаанд, инъикос мекунад. Моҳияти маркетинг ҳамчун падидаи нави иқтисодӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таври муфассал баррасӣ карда шудааст. Муаллиф қайд намудааст, ки маркетинг фаъолияти иқтисодии мураккаб ва фарроҳе мебошад, ки ба омӯзиш, банақшагириӣ, татбиқ ва назорати равандҳои мубодила нигаронида шуда, барои истеъмолкунандагон арзиш эҷод намуда, барои корхонаҳо фоида меорад. Он тамоми ҷанбаҳои ҳамкориҳои байни истеҳсолкунанда ва истеъмолкунандагон, аз ҷумла таҳқиқи бозор, истеҳсоли маҳсулот, нархгузориӣ, таблиғ, тақсимоли маҳсулот ва хизматрасониҳоро дар бар мегирад.

Рушди маркетинг дар мамлакатҳои гуногун, аз ҷумла дар Ҷумҳурии Тоҷикистон хусусиятҳои хоси худро дошта, бо шароитҳои таърихӣ, иқтисодӣ ва фарҳангӣ муайян карда мешаванд. Дар диссертатсия барои равшан нишон додани нақши маркетинг дар амалияи тичоратӣ дар корхонаҳои ватанӣ тарҳе пешниҳод карда шудааст, ки марҳилаҳои асосии таҳаввулотҳои маркетингро инъикос мекунад.

2. Муаллиф пешниҳод мекунад, ки барои ба даст овардани самаранокии баланди муносибати муназзам ҷиҳати ташкили ҷорабиниҳои маркетингӣ, ҷанбаҳои амалии пешрафтаи мамлакатҳои хориҷиро таҳқиқ карда, ҷиҳатҳои мусбӣ ва манфии онро дар шароити амалӣ намудани технологияҳои инноватсионии муосир дар бахши саноати мамлакат пешниҳод кардааст.

Амсилаҳои муваффақи хориҷии маркетинги саноатӣ ба равиши ҳамгиришуда така намуда, воситаҳои инноватсионӣ, банақшагирии стратегӣ, технологияҳои рақамӣ ва дастгирии давлатиро бо ҳам муттаҳид месозад. Муаллиф тасдиқ мекунад, ки ин таҷрибаро дар корхонаҳои саноатии Ҷумҳурии Тоҷикистон бо назардошти хусусиятҳои миллии соҳаи саноати мамлакат мутобиқ карда, истифода намудан мувофиқи мақсад мебошад;

3. Аз ҷониби муаллиф хусусиятҳои ташкили низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон, вазъи муосир, хусусиятҳо ва омилҳои

рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилоят мавриди таҳқиқ ва таҳлил қарор дода шудааст.

Тибқи таҳлилҳои муаллиф, тартиби ташкил ва истифодаи усулҳои маркетинг асосан ба корхонаҳои калони саноатии вилоят таваҷҷӯҳи бештар дода мешавад. Бо назардошти хусусиятҳои ошкоргардидаи ташкили фаъолияти маркетинг барои рушди он дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон тавсияҳои муаллиф таҳия ва пешниҳод карда шудааст. Муаллиф таъкид мекунад, ки ташаккули муҳити самарабахши соҳибкорӣ чӯзӣ чудонашавандаи стратегияи минтақавӣ рушди иҷтимоӣ иқтисодии вилояти Хатлон мебошад.

Дар вилоят ташаккули муҳити мусоиди соҳибкорӣ ба назар гирифтани як қатор хусусиятҳои минтақавӣ, аз ҷумла: ҳиссаи зиёди шумораи аҳолии деҳот, рушди нокифояи инфрасохтори рақамӣ, маҳдуд будани имкониятҳои молиявии корхонаҳои хурд ва миёнаро талаб мекунад. Ҳамзамон, аз ҷониби муаллиф омилҳои, ки ба ташаккули муҳити мусоиди соҳибкорӣ барои рушди маркетинг дар минтақа таъсир мерасонанд, ошкор ва баррасӣ карда шудаанд;

4. Муаллиф дар асоси таҳқиқот ва натиҷаҳои бадастомада, самтҳои рушди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон пешниҳодҳои аз ҷиҳати илмӣ асоснок ва самтҳои рушди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилоят таҳия ва пешниҳод кардааст. Аз ҷониби муаллиф роҳҳои такмили равандҳои қабули қарорҳои маркетингӣ, ташаккули сохтори ташкилии муассири маркетинг пешниҳод карда шуда, стратегияҳо ва барномаҳо барои фароҳам овардани шароити мусоид ҷиҳати баланд бардоштани самаранокии маркетинг ва рақобатпазирӣ дар саноати минтақавӣ таҳия карда шудааст.

Муаллиф таъкид мекунад, ки рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон муносибати мунтазамро тақозо мекунад, ки ҳам ба захираҳои дохилии минтақа ва ҳам ба истифодаи дастгирии берунӣ нигаронида шудааст. Шартҳои асосии татбиқи бомуваффақияти стратегияҳо иштироки ҳамроҳшудаи ҳамаи ҷонибҳои манфиатдор – корхонаҳо, мақомоти маҳаллии ҳокимияти давлатӣ, муассисаҳои таълимӣ ва ниҳодҳои дастгирии давлатӣ мебошад. Дар ин замина, метавон инфрасохтори устувори маркетингиро бунёд кард, ки барои ба тағйирёбии муҳити берунӣ мутобиқ шудан имконпазир гардида, фаъолияти инноватсиониро ҳавасманд ва худудҳои бозори истеҳсолкунандагони маҳаллиро васеъ намояд.

#### **4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсияи зикршуда**

Муаллиф дар диссертатсия таъкид мекунад, ки фаҳмиши амиқи хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ ба доираи васеи манбаъҳои илмӣ, аз ҷумла корҳои муҳаққиқони хориҷӣ ва ватанӣ таъяс мекунад. Аз ин лиҳоз, барои таҳкими асоси назариявӣ методологӣ, муаллиф аз адабиёти илмии муҳаққиқони дохилӣ ва хориҷӣ, маълумоти омӯрӣ, гузоришҳои конфронсҳо ва маводи ташкилотҳои байналмилалӣ истифода бурдааст.

Дар таҳқиқот методологии арзёбии ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ, хусусиятҳои ташкили низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон, самтҳои рушди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилоят аниқ муайян карда шудаанд. Асоснокии муқаррароти назариявӣ методологии истифодаи маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ бо мантиқи пайдарпайи изҳорот, далелҳои хулосаҳо ва истинодҳо ба манбаъҳои бонуфуз тасдиқ карда мешавад. Муаллиф на танҳо бо номбар кардани равишҳои назариявӣ методологии мавҷуда маҳдуд намешавад, балки таҳлили интиқодии онҳоро мегузаронад, ҷиҳатҳои қавӣ ва заифи методологии баҳодихӣи раванди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ ошкор мекунад, тафсириҳо ва такмилҳои худро пешниҳод менамояд.

Хулосаҳои илмӣ дар диссертатсия пешниҳодшуда аз таҳлили асосҳои назариявӣ, методологӣ ва эмпирикӣ бармеоянд. Муаллиф хулосаҳои возеҳ ва асоснокро доир вазъи муосири фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон таҳия намуда, мушкilotи асосии рушди соҳаро муайян намуда, роҳҳои баланд бардоштани самаранокии онҳоро асоснок ва пешниҳод месозад. Пешниҳодҳои таҳиягардидаи муаллифи диссертатсия хусусияти мушаххас ва амалӣ дошта, ба ҳалли мушкilotи асосии фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ нигаронида шудаанд.

Дар умум, муҳтавои диссертатсия нишон медиҳад, ки муаллиф манбаъҳоро мақсаднок коркард карда, сарчашмаҳоро мустақилона таҳлил намуда, хулосаҳо ва тавсияҳои бозэтимод ва илмӣ асоснок пешниҳод намудааст. Дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот бо дақиқии маълумот, кифоягии ҳаҷми маводи таҳқиқотӣ, коркарди омории натиҷаҳои таҳқиқот ва интишорот тасдиқ мегардад. Хулосаҳо ва тавсияҳо ба таҳлили илмӣ натиҷаҳои таҳқиқоти назариявӣ ва амалӣ асос ёфтаанд.

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

Аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот дар он аст, ки натиҷаҳои он барои, ки назарияҳои дар қори таҳқиқоти шаклирифташуда заминаҳои муҳимро ҷиҳати истифодаи роҳу усулҳои таҳқиқоти маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ мусоидат мекунад.

Нуқтаҳои асосии илмӣ диссертатсияро метавон ба сифати баланд коркард ва асосноккунии ҷанбаҳои назариявӣ таҳаввули мафҳуми маркетинг, усулҳои муосири таҳқиқоти маркетинг, ташаккули муҳити мусоиди соҳибқорӣ барои рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон, хусусиятҳои ташкили маркетинги корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон дар шароити ҷаҳонишавӣ ва рақамикунонӣ, таҳияи стратегия ва барномаҳо барои ташаккули муҳити созгори рушди маркетинг истифода бурд.

Муқаррароти асосии илмӣ ва хулосаҳои асосии диссертатсия дар конферонсҳои илмӣ амалии ҷумҳуриявӣ, байналмилалӣ ва дигар ҷамоишу чорабиниҳои илмӣ, ки солҳои 2022-2025 баргузор гардидаанд, дар шакли мақола ва маърузаҳо муҳокима ёфта, баҳои мусбат гирифтаанд.

## 6. Мазмуни кори диссертатсионӣ

Дар баҳши муқаддима муҳимияти мавзуи диссертатсия асоснок гардида, сатҳи таҳқиқи масъала, мақсад ва вазифаҳои асосии он муайян шудаанд. Ҳамчунин, объекти таҳқиқ, предмети он ва фарзияи илмӣ мушаххас карда шуда, асосҳои назариявӣ методологӣ ва манбаъҳои маълумотӣ оварда шудаанд.

Навгонии илмии тадқиқот, нуқтаҳои асосие, ки барои ҳимоя пешниҳод мегарданд, аҳамияти назариявӣ ва амалӣ, инчунин дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳо баён карда шудаанд. Мутобиқати кори диссертатсионӣ ба шиносномаи ихтисоси илмӣ, саҳми шахсии доктара дар иҷрои таҳқиқот, натиҷаҳои татбиқшуда ва мақолаҳои илмии вобаста ба мавзӯ низ инъикос ёфтаанд.

Сохтори қор, гузориши мақсад ва мантиқии алоқамандии онҳо тасдиқ мекунад, ки муаллиф масъалаи гузошташударо амиқ дарк намуда, таъмини ҷанбаҳои назариявии механизми таҷрибаҳои идоракунии захираҳои корхонаҳои саноатиро аниқ намуда, асосҳои назариявӣ методии ҳалли онҳоро қоркард намудааст.

Кори диссертатсионӣ аз муқаддима, се боб, хулосаву пешниҳодот ва рӯйхати адабиёти истифодашуда, ки фарогири 160 номгӯй аст, иборат мебошад. Матни асосии диссертатсия дар 183 саҳифаи компютерӣ баён гардида, аз 23 ҷадвал ва 14 расм иборат мебошад.

**Боби якуми диссертатсия (саҳ. 14-67) ба омӯзиши «Асосҳои назариявӣ ва ҷанбаҳои методии ташаккул ва рушди маркетинг»** бахшида шуда, заминаҳои назариявӣ ва ҷанбаҳои иқтисодии таҳаввули маркетинг, ҷанбаҳои методӣ ва усулҳои муосири таҳқиқоти маркетингӣ ва таҷрибаи хориҷии ташкили маркетинг ва имконияти қорбурди он дар корхонаҳои саноатии Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор дода шудааст.

Таъкид карда шудааст, ки маркетинг натиҷаи таҳаввулоти дарозмуддати муносибатҳои бозорӣ буда, муҳтавои муосири он маҷмуи омилҳои иқтисодӣ, иҷтимоӣ, технологӣ ва фарҳангиро, ки роҳҳои ҳамкории истеҳсолкунандагон ва истеъмолкунандагонро таъдил додаанд, инъикос мекунад.

Моҳияти маркетинг ҳамчун падидаи иқтисодӣ ба таври муфассал баррасӣ карда шуда, нишон дода мешавад, ки маркетинг фаъолияти иқтисодии мураккаб ва густурдаест, ки ба омӯзиш, банақшагири, татбиқ ва назорати равандҳои мубодила нигаронида шуда, барои истеъмолкунандагон арзиш эҷод карда, барои корхонаҳо фоида меорад. Он тамоми ҷанбаҳои ҳамкории байни истеҳсолкунанда ва истеъмолкунандагон, аз ҷумла таҳқиқи бозор, истеҳсоли маҳсулот, нархгузори, таблиғ, тақсмоти маҳсулот ва хизматрасониҳоро дар бар мегирад.

Рушди маркетинг дар мамлакатҳои гуногун, аз ҷумла дар Ҷумҳурии Тоҷикистон хусусиятҳои хоси худро дошта, бо шароитҳои таърихӣ, иқтисодӣ ва фарҳангӣ ташаккул меёбад. Дар диссертатсия барои равшан нишон додани таърихи нақши маркетинг дар амалияи тиҷоратӣ дар корхонаҳои ватанӣ

тархе пешниҳод карда мешавад, ки марҳилаҳои асосии таҳаввулоти маркетингро инъикос мекунад.

**Боби дуюми диссертатсия (саҳ. 68-120) «Хусусиятҳои ташкили низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон»** унвон гирифта, таҳлил ва арзёбии вазъи низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон, ташаккули муҳити мусоиди соҳибкорӣ барои рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон, хусусиятҳои ташкили маркетинги корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон дар шароити ҷаҳонишавӣ ва рақамикунонӣ мавриди таҳқиқ ва таҳлил қарор гирифтааст.

Барои дарки пешомадҳо ва вазифаҳои саноати минтақа натиҷаҳои бадастомада дар шакли хулосаҳои асосӣ ҷамъбаст гардида, тавсияҳои амалӣ оид ба тақмили сиёсати саноат дар вилояти Хатлон таҳия ва пешниҳод карда шудаанд. Муаллиф таъкид мекунад, ки ташаккули муҳити самарабахши соҳибкорӣ ҷузъи ҷудонашавандаи стратегияи минтақавии рушди иҷтимоию иқтисодии вилояти Хатлон мебошад.

Муаллиф қайд намудааст, ки ташаккули муҳити мусоиди соҳибкорӣ барои рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон муносибати ҳамаҷониба ва пайвастаро, ки ҷанбаҳои молиявӣ, институтсионалӣ, инфрасохторӣ, таҳсилотӣ ва иттилоотиро фаро мегирад, тақозо мекунад.

Дар марҳилаи муосири рушди иқтисодиёти ҷаҳонӣ равандҳои ҷаҳонишавӣ ва рақамикунонӣ ба ташкили фаъолияти маркетингии корхонаҳо, аз ҷумла корхонаҳои саноатии минтақавӣ таъсири бештар мерасонанд. Ҷаҳонишавӣ рақобатро афзоиш дода, корхонаҳоро водор месозад, ки сифати маҳсулотро беҳтар намуда, стандартҳои байналмилалиро татбиқ ва стратегияҳои маркетингро ба шароити бозор мутобиқ созанд.

**Дар боби сеюм (саҳ. 121-155) «Самтҳои рушди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон»** бахшида шуда, тақмили равандҳои асосноккунӣ ва қабули қарорҳои маркетингӣ дар корхонаҳои саноатӣ, таҳияи стратегия ва барномаҳо барои ташаккули муҳити созгори рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон мавриди таҳқиқ қарор дода шудааст.

Дар зербоби 3.1. муаллиф ибраз медорад, ки маркетинги муосирро бидуни истифодаи воситаҳои рақамӣ ва технологияҳои таҳлили иттилоот тасаввур кардан ғайриимкон аст. Рақамикунонӣ ба корхонаҳо имкон медиҳад, ки эҳтиёҷоти муштариёнро дақиқтар дарк намуда, рафтори гурӯҳҳои мақсаднокро пайгирӣ карда, самаранокии фаъолияти маркетингиро ҳисоб ва ба тағйирот дар муҳити бозор зуд мутобиқ созанд (саҳ.131). Таҳлилҳо муаллиф нишон медиҳад, ки баъзе корхонаҳои пешрафтаи вилоят, аз қабили ҚСП «Чунтай Данғара Син Силу Текстил», аллакай аз унсурҳои ҳисоботи рақамӣ ва таҳлили появии муштариён истифода мебаранд, аммо дар аксари мавридҳо воситаҳои рақамӣ ба низоми ягонаи маркетинг ҳамгиро карда намешаванд (саҳ.132).

Дар зербоби 3.2. муаллиф қайд менамояд, ки рушди маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон муносибати муназзамро талаб мекунад,

ки он ҳам дар сатҳи корхонаҳои алоҳида ва ҳам дар доираи васеътари минтақавӣ татбиқи тадбирҳои барномавиरो таъмин менамояд. Вазифаи муҳим ҳавасмандгардонии таъсиси шӯъбаҳои маркетинг, махсусан дар корхонаҳои хурд ва миёна мебошад. Аксари онҳо барои ташкили ҳадамоти махсуси маркетингӣ захираҳои кофӣ надоранд, ки ин устувории бозор ва қобилияти мутобиқшавии онҳоро коҳиш медиҳад. Барои рафъи ин маҳдудиятҳо таъмини дастгирӣ аз ҷониби мақомоти маҳаллӣ лозим аст. Масалан, бо роҳи пешниҳоди кӯмаки молиявии давлатӣ барои як қисми хароҷоти фаъолияти маркетингӣ, пешниҳоди имтиёзҳои андозӣ, таҳияи тавсияҳои намунавӣ оид ба ташкили сохторҳои маркетинг боназардошти хусусиятҳои соҳавӣ

Дар анҷом, хулосаҳои асосии илмӣ ва тавсияҳои амалӣ чамбаст шуда, имконияти истифодаи онҳо дар рушди минбаъдаи фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон асоснок шудаанд.

### **7. Саҳми шахсии довталаб дар иҷрои таҳқиқоти илмӣ**

Дар раванди ҳалли илмии масъалаҳои гузошташуда, равишҳои методологӣ ва услубии пажӯҳиш, ки муаллиф интихобу истифода намудааст, имконият медиҳад, ки фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноати вилояти Хатлон ва бо таъки ба маълуми усулҳои назариявӣ ва амалӣ мутобиқ ба мавзӯ, ҳадаф ва масъалаҳои таҳқиқот ҳалли худро ёбад. Дарачаи асоснокӣ ва муътамадии мазмуну мундариҷаи диссертатсия ва хулосаву тавсияҳои дар он инъосефта зимни арзёбии шароит ва натиҷаҳои корҳои таҷрибавӣ, муқоисаи онҳо бо сарчашмаҳои маълум, арзёбии натиҷаҳо дар конференсияҳо, семинарҳои илмӣ ва симпозиумҳо, тасдиқи нуктаҳои дар фарзия пешниҳодгардида, омӯзиши дастаҷамъонаи усулҳои мувофиқ ба масъалаҳои ҳар як марҳилаи таҳқиқот, таҷрибаи шахсии муаллиф ва наشري маводи илмии таҳқиқот ба даст оварда шавад.

Асоснокии хулосаву пешниҳодҳои дар диссертатсия оварда шуда ва сатҳи илмии онҳо аз он шаҳодат медиҳад, ки муаллиф асарҳои бунёдии олимони ватанию хориҷиро доир ба рушди фаъолияти маркетинг дар корхонаҳои саноатӣ эҷодкорона истифода бурдааст.

### **8. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ**

Муқаррароти асосии таҳқиқоти диссертатсионӣ дар 16 мақолаи илмӣ, ки аз онҳо 7 мақолаи илмӣ дар нашрияҳои тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва дигар маводҳои конференсияҳои ҷумҳуриявӣ байналмилалӣ интишор гардидааст.

### **9. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссия**

Диссертатсия ва автореферати он мазмуни асосии таҳқиқоти диссертатсиониро дар худ инъикос намуда, дар он навғониҳои илмӣ, ки ба ҳимоя пешниҳод карда мешаванд, баён гардидаанд.

Муқаддима, мубрамии мавзӯи таҳқиқот, дарачаи таҳқиқоти мавзӯи илмӣ, робитаи таҳқиқот бо барномаҳо (лоиҳаҳо) ва мавзӯҳои илмӣ, мақсаду вазифаҳои таҳқиқот, объект, мавзӯи таҳқиқот, навғониҳои илмӣ, аҳаммияти

назариявӣ ва амалии таҳқиқот, нуқтаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳо, мутобиқати диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ, саҳми шахсии довталаби дараҷаи илмӣ дар таҳқиқот, интишорот аз рӯйи мавзуи диссертатсия, сохтор ва ҳаҷми диссертатсия тибқи муқаррароти Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия гардида, ба таври мукамал моҳияти диссертатсияро инъикос менамоянд.

Автореферати диссертатсия тибқи талаботи муқарраргардида барои дарёфти дараҷаи илмҳои иқтисодӣ таҳия гардида, мазмуни асосии таҳқиқотро инъикос намуда, дар он натиҷаҳои илмии асоснокгардида шарҳи пурраи худро ёфтаанд.

#### **10. Эроду тавсияҳо барои беҳтар гардонидани сатҳи илмию назариявӣ ва амалии диссертатсия**

Дар баробари муваффақиятҳо, дастоварду пешниҳодҳои илмӣ дар диссертатсия баъзе камбудҳои низ ба назар мерасанд, ки ба инобат гирифтани онҳо барои таҳқиқоти ояндаи диссертант аз аҳамият ҳолӣ нестанд.

**Ба сифати эроду тавсияҳо ба диссертатсияи тақризшаванда чунин нуқтаҳоро қайд намудан мумкин аст:**

1. Дар боби аввали диссертатсия параграфи 1.1. (саҳ. 24) ҷадвали 1.1. тафсири мафҳуми маркетинг аз ҷониби олимони ватанию хориҷӣ оварда шудааст, аммо баҳси илмӣ дида намешавад;

2. Дар боби дуюми диссертатсия параграфи 2.1. (саҳ. 68-84) таҳлил ва арзёбии вазъи низоми маркетинг дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон ба таври кофӣ мавриди таҳлил қарор дода нашудааст. Дар ҷадвали 2.1. (саҳ. 72) нишондиҳандаҳои асосии рушди саноати вилояти Хатлон дар давраи солҳои 2010-2023 оварда шудааст, аммо нишондиҳандаҳои мазкур қиёс карда нашудааст.

Сифати илмии кор баланд мегардид, агар муаллиф дар ин қисмати кор саҳми корхонаҳои саноатии вилоятро дар маҷмуи маҳсулоти дохилии Ҷумҳурии Тоҷикистон ва суръати афзоиши солонаи онҳоро муайян мекард;

3. Дар боби аввали диссертатсия параграфи 1.2. (саҳ. 34-49) ҷанбаҳои методӣ ва усулҳои муосири таҳқиқоти маркетингӣ ба таври васеъ мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор дода шудааст. Хуб мебуд агар муаллиф ин саволро дар параграфи 2.3.-и диссертатсия баррасӣ намуда, омилҳои таъсиррасон, монеаҳои рушди самаранокии маркетингро дар корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон ошкор намуда, тавсияҳои мушаххаси илман асоснокшуда ҷиҳати ҳалли мушкилоти ҷойдошта пешниҳод мекард;

4. Хуб мешуд агар боби сеюми диссертатсия (саҳ. 121-155) ба мукамалгардонии фаъолияти маркетингии корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон бахшида шуда, тасияҳои мушаххаси илмӣ таҳия ва пешниҳод карда мешуд;

5. Дар диссертатсия дар баъзе аз ҷумлаҳо баёни мантиқӣ, хатоҳои имлоӣ ва техникӣ низ дида мешаванд.

Эроду тавсияҳои зикршуда ба сатҳи илмию амалии таҳқиқоти мазкур таъсири манфӣ намерасонад ва метавонанд аз ҷониби муаллиф зимни таҳқиқотҳои оянда ба инобат гирифта шаванд.

### 11. Хулосаи ҷамъбасти

Диссертатсияи Давлаталии Абдусаломзода дар мавзуи «Хусусиятҳои ташаккул ва рушди маркетинг дар корхонаҳо (дар мисоли корхонаҳои саноатии вилояти Хатлон)» бо забони илмӣ навишта шуда, барои дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) - доктор аз рӯи ихтисоси 6D051100 – Маркетинг (6D051101 – Маркетинг) таҳқиқоти анҷомёфта буда, ба талаботи пешниҳодгардидаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯй ва муаллифи он сазовори дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) аз рӯи ихтисоси пешниҳодшуда мебошад.

#### Муқарризи расмӣ:

номзади илмҳои иқтисодӣ, и.в. дотсенти  
кафедраи менеҷмент, маркетинг  
ва иқтисодиёти меҳнати Донишгоҳи  
давлатии тичорати Тоҷикистон

 Абдурахмон Х.

Имзои н.и.и., и.в. дотсент Абдурахмон Х. - ро тасдиқ менамоям.

Сардори раёсати кадрҳо ва корҳои  
махсуси Донишгоҳи давлатии  
тиҷорати Тоҷикистон



 Пирзода С.

Суроға: 734061, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯчаи Дехотӣ, ½.

Тел.: + 992 (37) 234-83-46, Факс: + 992 (37) 234-85-46,

Почтаи электронӣ: tguk 2025@gmail.com,

Сомонаи расмӣ: www.tguk.tj.

“ 16 ” 03 2026