

*Ба Шурои диссертациони 6D. КОА-013  
назди Донишгоҳи давлатии ҳуқуқ, бизнес ва  
сиёсати Тоҷикистон (суроға: 735700,  
Ҷумҳурии Тоҷикистон, шаҳри Хуҷанд,  
маҳаллаи 17, хонаи 1. телефон:  
+992(3422)23811 факс: +992(3422)25170;  
E-mail: [tsulbp@rambler.ru](mailto:tsulbp@rambler.ru))*

## **ТАҚРИЗИ**

**муқарризи расмӣ ба диссертатсияи унвонҷӯӣ Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич дар мавзуи «Имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодӣ миқтақа (дар мисоли вилояти Суғди Ҷумҳурии Тоҷикистон)» барои дарёфти дарҷаи илмии номзади илмҳои иқтисодии аз рӯйи ихтисоси 5.2.26 - Маркетинг.**

**1. Мутобиқати мавзӯ ва муҳтавои диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ.** Мавзӯ ва муҳтавои диссертатсия бо Шиносномаи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси 5.2.26. Маркетинг, алалхусус бандҳои 3. Асосҳои назариявӣ методологии таҳқиқоти маркетингӣ. Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг. Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти маркетингии бозорҳои молу хизматрасониҳо; 14. Раванди коркард ва методҳои татбиқи стратегияи фаъолияти маркетингӣ. Стратегияи густариши сарҳадҳои бозор ва стратегияи диверсификатсия; 18. Асосҳои маркетингии баланд бардоштани рақобатпазирии молҳо/ташкilot, стратегия ва тактикаи пешбурди муборизаи рақобатӣ. Рақобати нархӣ/ғайринархӣ дар бозори молу хизматрасониҳо мутобиқат менамояд.

**2. Мубрами мавзуи таҳқиқ.** Мавзуи диссертатсияи Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич «Имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодӣ миқтақа (дар мисоли вилояти Суғди Ҷумҳурии Тоҷикистон)» аз лиҳози назариявӣ, илмӣ ва амалӣ дорои аҳамияти махсус буда, ба чараёнҳои кунунии рушди иҷтимоӣ-иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон ва миқтақаҳои он пайванди ноғусастани дорад. Дар шароити ҷаҳонишавии иқтисодиёт ва шиддат гирифтани рақобат дар бозорҳои миллий ва байналмилалӣ масъалаи баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодӣ миқтақаҳо аҳамияти махсус касб менамояд. Миқтақаҳо ҳамчун зернизомҳои муҳими иқтисоди миллий дар ташаккули муҳити соҳибкорӣ, рушди фаъолияти истехсолӣ ва савдо, ҷалби сармоя ва истифодаи самараноки захираҳои мавҷуда нақши муҳим доранд. Дар чунин шароит истифодаи имкониятҳои маркетингӣ ҳамчун воситаи муосири таҳлил, банақшагирӣ ва идоракунии фаъолияти иқтисодӣ метавонад ба муайян

намудани афзалиятҳои рақобатии минтақа, рушди бозорҳои дохилӣ ва густариши робитаҳои иқтисодӣ мусоидат намояд.

Аз ин рӯ, омӯзиш ва асоснок намудани имкониятҳои маркетингӣ дар таъмини рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа аҳаммияти назариявӣ ва амалӣ дорад. Татбиқи равишҳои маркетингӣ ба идоракунии рушди минтақавӣ имкон медиҳад, ки самтҳои афзалиятноки рушди иқтисодӣ муайян гардида, истифодаи самараноки захираҳои истеҳсолӣ ва инсонӣ таъмин карда шавад. Бо назардошти ин, таҳқиқи масъалаҳои истифодаи имкониятҳои маркетингӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа, махсусан дар шароити рушди иқтисодиёти бозорӣ ва рақамикунони фаъолияти соҳибкорӣ, масъалаи мубрам ва саривақтӣ ба ҳисоб меравад.

**3. Дарачаи навгонии натиҷаҳо дар диссертатсия ва нуктаҳои илмие, ки ба ҳимоя пешниҳод мешаванд.** Аз таҳлили мундариҷа ва натиҷаҳои баёншудаи диссертатсия бармеояд, ки кори диссертатсионии Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич дорои сатҳи кофии навоварии илмӣ буда, ба истифодаи назария, методология ва амалияи имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа нигаронида шудааст. Муаллиф дар раванди таҳқиқ бо истифодаи маҷмӯи усулҳои таҳлили иқтисодӣ, муқоисавӣ, моделсозӣ ва баҳодиҳии омӯрӣ тавонистааст як қатор натиҷаҳои дорои арзиши назариявӣ амалӣ пешниҳод намояд. Дар зер муҳимтарин нуктаҳои илмӣ ва навгонҳои ба дастамада, ки ба ҳимоя пешниҳод мегарданд, ҷамъбаст мешаванд:

*1. Такмили мафҳумҳои «имкониятҳои маркетингӣ» ва «рақобатпазирии минтақа».* Дар раванди таҳқиқ ба мундариҷаи мафҳумҳои «имкониятҳои маркетингӣ» ва «рақобатпазирии минтақа» саҳеҳӣ ворид карда шудааст. Тибқи он «Имкониятҳои маркетингӣ афзалиятҳо ва ҷанбаҳои қавии субъектҳои хоҷагидорӣ мебошанд, ки ба рақобатпазирии корхона бартарӣ медиҳанд». «Рақобатпазирии минтақа истифодаи самараноки имкониятҳои захиравии минтақа дар муқоиса бо дигар минтақаҳо, ки дар тамоюли афзоиши маҷмуи маҳсулоти минтақавӣ (МММ) ба ҳар сари аҳоли ифода меёбад». Муқаррароти методӣ оид ба арзёбии самаранокии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ бо мақсади таъмини рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа таҳия гардидаанд. Дар доираи ин равиш мақсаднокии гурӯҳбандии ширкатҳо аз рӯи ҳиссаи бозор ва суръати рушди онҳо бо истифода аз матритсаи гурӯҳи машваратии Бостон (МГМБ) аз ҷиҳати илмӣ асоснок карда шудааст.

*2. Таҳлили иқтисодии вилояти Суғд ва муаммоҳои истифодаи имкониятҳои маркетингӣ.* Муаллиф иқтисодии вилояти Суғдро аз нуктаи назари истифодаи имкониятҳои маркетингӣ мавриди арзёбӣ қарор дода, як қатор муаммоҳо дар самти истифодаи самараноки онҳоро муайян кардааст.

Сатҳи номуносиби даромаднокии аҳоли, мавҷудияти норасоӣҳо дар пойгоҳи меъёрии ҳуқуқӣ, татбиқи нокифояи шаклҳои инноватсионии хизматрасонӣ ба мизочон, сатҳи пасти донишу фарҳанги маркетингӣ, инчунин рушд нафтиани инфрасохтори бозорӣ аз ҷумлаи омилҳои мебошанд, ки истифодаи пурраи имкониятҳои маркетингиро маҳдуд месозанд. Ҳамзамон асоснок гардидааст, ки яке аз манбаъҳои муҳими баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсолии воқеъ дар шаҳрҳои хурду миёна истифодаи самараноки имкониятҳои бозорӣ мебошад. Ин имкониятҳо пеш аз ҳама ба баланд бардоштани нуфуз ва мавқеи бозори корхонаҳо, тақмили муносибат бо мизочон, густариши шабакаи фурӯш ва татбиқи усулҳои муосири маркетингӣ мусоидат намуда, дар маҷмӯъ барои таҳкими рақобатпазирии фаъолияти онҳо шароити мусоид фароҳам меоранд.

*3. Муайян намудани омилҳои ба рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсоли таъсиркунанда.* Дар диссертатсия омилҳои ба баланд шудани рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсоли таъсиррасонанда муайян карда шудаанд. Исбот карда шудааст, ки баланд бардоштани рақобатпазирии минтақа ва субъектҳои хоҷагидории минтақавӣ ва ба даст овардани самараи мусбӣ аз ҷойгиркунии рақобатпазири онҳо дар фазои иқтисодии минтақавӣ, ҳангоми истифодаи усулҳои маркетинги МИКС ё 4Р - маҳсулот ва нархи он, ҷойгиршавӣ, алоқа ва ҳавасмандкунӣ, инчунин ҳар як унсурҳои комплекс дар алоҳидагӣ ба рақобатпазирии умумии минтақа таъсири назаррас мерасонад.

*4. Таҳияи амсилаи модели иммитатсионии ҷойгиршавии корхонаҳои фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар шаҳри Хучанд.* Дар ин самт аз ҷониби унвонҷӯи модели иммитатсионӣ бо харитаи ҷойгиршавии корхонаҳои фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар шаҳри Хучанд таҳия ва пешниҳод карда шудааст. Инчунин тамоюлоти ҳиссаи бозори корхонаҳои фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар шаҳри Хучанд бо индекси Херфиндал-Хиршман асоснок карда шудааст. Дар асоси он таҳлили самтҳои истифодаи мақсадноки имкониятҳои маркетингӣ, аз ҷумла истифодаи стратегияҳои BTL, ATL, рекламаи ҳадафнок, сифати хизматрасонӣ, моделсозии фурӯш, мутобиксозии анвои маҳсулот пешниҳод гардидааст, ки ба баланд бардоштани рақобатпазирии субъектҳои хоҷагидорӣ мусоидат менамоянд.

Ин пешниҳодҳо дорой хусусияти илмию амалии баланд буда, метавонанд дар фаъолияти мақомоти давлатӣ ва барномаҳои минтақавӣ бевосита истифода шаванд. Натиҷаҳои бадастомада имкон медиҳанд, ки корхонаҳо ва муассисаҳои фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар асоси модели пешниҳодгардида рақобатпазирии фаъолияти худро таъмин намоянд. Ин равиш барои иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон нав буда, қадами

арзишманд дар самти таъмини рақобатпазирии иқтисодиёти минтақавӣ мебошад.

Дар маҷмӯъ, натиҷаҳои илмии диссертатсияи Ҳамроев Б.А. дорои хусусияти тозаназарона, амалигардонидашаванда ва ба талаботи ихтисоси 5.2.26. Маркетинг пурра ҷавобгӯй мебошанд. Онҳо метавонанд ба тақмили назарияи таъмини рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа, амалияи татбиқи сиёсати иқтисодии давлатӣ ва таҳия намудани барномаҳои рушди иҷтимоӣ-иқтисодии вилояти Суғд мусоидат намоянд.

**4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаю тавсияҳои дар диссертатсия ифодаёфта.** Дар таҳқиқоти мазкур исбот гардидааст, ки истифодаи сарчашмаҳои бозғимод ва муътамад, интихоби усулҳои таҳқиқотӣ, эътимоднокии маълумот ва коркарди омории натиҷаҳои таҳлилӣ асоснок гардонида шудааст. Муқаррароти илмии аз ҷониби муаллиф пешниҳодгардида дар раванди таҳқиқот пурра исбот ва тасдиқ гардида, хулосаҳо ва тавсияҳо бо асосноккунии воқеӣ ва далелҳои назариявӣю таҷрибавӣ пешниҳод шудаанд. Ин натиҷаҳо фарогири таҳлили амиқи масъалаҳои таҳқиқшуда буда, барои баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа бо истифодаи имкониятҳои маркетингӣ заминаи илмӣ фароҳам меоранд.

Дар диссертатсия қайд карда шудааст, ки бо мақсади ҳал намудани муаммоҳо дар таъмини рақобатпазирии минтақа ва таҳкими мавқеи бозории корхонаҳои савдо ва истеҳсолӣ дар истеҳсол ва фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар бозорҳои маҳаллӣ пешниҳодҳои зерин хеле муҳим аст:

1. Пешниҳод карда мешавад, ки мафҳумҳои «имкониятҳои маркетингӣ» афзалиятҳо ва ҷанбаҳои қавии субъектҳои хоҷагидорӣ мебошанд, ки ба рақобатпазирии корхона бартарӣ медиҳанд. «Рақобатпазирии минтақа» истифодаи самараноки имкониятҳои захиравии минтақа дар муқоиса бо дигар минтақаҳо, ки дар тамоюли афзоиши маҷмуи маҳсулоти минтақавӣ (МММ) ба ҳар сари аҳоли ифода меёбад.

2. Тавсия дода мешавад, ки стратегияи таъмини рақобатпазирии худӣ дар асоси ба инобат гирифтани таносуби байни рақобатпазирии минтақа ва қобилияти субъектҳои хоҷагидор таҳия карда шавад.

3. Ба назар гирифтани лозим аст, ки бартариятҳои рақобатии минтақа аз мавқеи ҷуғрофии он дар дохили кишвар ва шароити мутобиқшавии бозорҳои корхонаҳои савдо ва истеҳсолӣ, тамоюли тағйирёбии муҳити рақобат ва сохтори талаботи аҳоли ва субъектҳои соҳибкорӣ вобаста мебошанд.

4. Барои ба назар гирифтани хусусиятҳои бозори маҳсулоти хӯрокворӣ зарур аст, ки корхонаҳо дар асоси ҳисоб кардани нишондиҳандаҳои ҳиссаи бозории онҳо ва суръати афзоиши ҳаҷми истеҳсолот гурӯҳбандӣ карда шаванд ва дар асоси ин додаҳо МГМБ бо сабти ҷойгиршавии корхонаҳои бозори

маҳсулоти шири вилоят ташаккул дода шавад.

5. Муқаррароти методологӣ оид ба арзёбии самаранокии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ ҷиҳати таъмини рақобатпазирии минтақа ва корхонаҳои савдою истеҳсолии дар он фаъолияткунанда бояд дар асоси стратегияҳои маркетингии ҳамгирой ва рушди инноватсионӣ амалӣ гардонида шаванд.

6. Бо мақсади таъмини рақобатпазирии воқеии минтақа, корхонаҳои савдо ва истеҳсолие, ки дар ҳудуди он, махсусан дар шаҳрҳои хурду миёна ва марказҳои вилоятӣ амал мекунанд, бояд барои ташаккулёбии низоми муносибатҳои рақобатӣ, ки ба ширкатҳо имкон медиҳад мавқеи бозори худро нигоҳ доранд, шароит фароҳам оварда шавад.

7. Вобаста ба афзоиши тамоюли маҷмуи маҳсулоти хӯрокворӣ дар супермаркетҳои калони шаҳрҳо ва марказҳои вилоятӣ истифодаи нисбатан самараноки имкониятҳои ба маркетинги бозорӣ хос, ки он ба баландшавии обрӯ ва нуфузи корхонаҳои маҳсулоти озуқаворӣ таъсири назаррас мерасонад, тақозо карда мешавад.

8. Ҷойгиронии рақобатпазирӣ корхонаҳои савдо ва истеҳсолӣ дар фазои иқтисодии минтақавӣ бояд бо истифода аз усулҳои маркетинги МИКС дар доираи барномаи ягонаи маркетинг бо назардошти таъсири ҳар як унсури комплекс ба рақобатпазирии умумии минтақа амалӣ карда шавад.

9. Маҷмуи ҳалҳои маркетингиро дар асоси моделиронии имитатсионӣ қабул намудан зарур аст, ки ба сифати олати асосии арзёбии таъсири интиҳоби ҷойгиршавӣ ва махсусгардонии минтақа ва корхонаҳои алоҳидаи он баромад мекунад. Модели математикӣ вобастагии рақобатпазирии корхонаро аз ҳаҷми харид, устувории номгӯй ва истифодаи масоҳати савдо ва омилҳои дигар ба ҳисоб мегирад.

**5. Ҳаҷм ва сохтори диссертатсия.** Диссертатсия аз муқаддима, се боб, хулоса, тавсияҳо, замимаҳо, рӯйхати манбаъҳои истифодашуда, ки 160 номгӯй иборат мебошад, ташаккул ёфтааст. Ҳаҷми умумии қор 198 саҳифаро дар бар мегирад, ки дар он 35 ҷадвал, 14 расм ва 6 диаграмма гирд оварда шудааст.

**Дар муқаддима** мубраммият, дараҷаи қорқарди масъалаи илмӣ, мақсади ва вазифаҳо, объект ва мазуи таҳқиқот муайян карда, наwgонии илмӣ ва аҳаммияти амалии натиҷаҳои бадастовардашуда собит сохта шудаанд.

Дар боби якум – **«Асосҳои назариявӣю методологӣи истифодаи имкониятҳои маркетингӣ таъмини рақобатпазирии минтақа»** – назарияи маркетинг, равияҳои методи арзёбии имкониятҳои маркетингӣ дар низоми рақобатпазирии иқтисодӣи минтақавӣ, ҳамчунин таҷрибаи хориҷӣ оид ба истифодаи имкониятҳои маркетингӣ барои таъмини рақобатпазирии иқтисодӣи минтақа мавриди таҳлил ва баррасӣ қарор гирифтааст.

Дар диссертатсия ҳангоми гузаронидани таҳқиқоти боби мазкур муқаррароти назариявии маркетинг дар низоми таъмини рақобатпазирии минтақа низомбандӣ карда шудааст, ки дар асоси он ба мафҳумҳои таҳқиқот тасҳеҳ ворид карда шудааст. Ҳамзамон, гуногунҷабҳагии равияҳои методӣ роҷеъ ба арзёбии имкониятҳои маркетингӣ дар низоми рақобатпазирии иқтисодии минтақавӣ таҳқиқ карда шудааст. Дар зербоби сеюм таҷрибаи хориҷии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар таъмини рақобатпазирии иқтисодии минтақа андухта шудааст ва ҷанбаҳои он қобили қабул барои истифода дар иқтисодии минтақавӣ вилояти Суғд баррасӣ гардидааст.

Дар ҷараёни таҳқиқи равияҳои назариявии имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодии минтақа, ба мафҳумҳои “имкониятҳои маркетинг” ва “рақобатпазирии минтақа” равшанӣ андохта шудааст. Дар он муайян гардидааст, ки мафҳумҳои «имкониятҳои маркетингӣ» ва «рақобатпазирии минтақа» бо ҳам пайваста буда мавқеи онҳо дар низоми иқтисодии минтақа хеле назаррасанд.

Дар боби дуюм – **«Вазъи муосир, тамоюлот ва муаммоҳои истифодаи имкониятҳои маркетингии таъмини рақобатпазирӣ дар вилояти Суғд»** – тавсифи умумӣ, стратегияҳои истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар корхонаҳои истеҳсол ва фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар иқтисодии вилояти Суғд ва омилҳои бозории таъсиррасон ба рақобатпазирии корхонаҳои соҳаи истеҳсол ва савдо мавриди омӯзиш қарор гирифтааст.

Дар боби мазкур иқтисодии иқтисодӣ ва имкониятҳои маркетингии вилояти Суғд таҳлил гардида, самтҳои татбиқи онҳо барои таъмини рақобатпазирии субъектҳои хоҷагидорӣ нишон дода шудааст. Дар он омилҳои асосии рушди соҳаҳои калидӣ – саноат, кишоварзӣ ва савдо – баррасӣ гардида, бо нишондиҳандаҳои омӯрӣ ва динамикаи рушди иқтисодӣ ва инчунин, масъалаи таҳлили стратегияҳои истифодаи имкониятҳои маркетингии корхонаҳои истеҳсолии маҳсулоти хӯрокворӣ мавриди таҳқиқ қарор гирифтанд.

Натиҷаҳои таҳлил нишон медиҳанд, ки вилояти Суғд аз ҷиҳати ҳаҷми истеҳсоли маҳсулоти саноатӣ ва кишоварзӣ, сармоягузорӣ ва муомилоти мол дар сатҳи баланд қарор дошта, имкониятҳои мусоиди иқтисодию маркетингӣ дорад. Дар ҷараёни баҳодиҳии иқтисодии иқтисодӣ ва савдои чакана, муаллиф тавозуни манфии савдои хориҷӣ ва таъсири он ба амнияти иқтисодиро таъкид мекунад. Марҳилаҳои идоракунии маркетинг, усулҳои ба бозор ворид шудан, диверсификатсия ва дигар стратегияи рушди бозорӣ бо мисолҳои мушаххас нишон дода шудаанд.

Дар асоси таҳлили гузаронидашуда, муаллиф истифодаи самараноки имкониятҳои маркетингро барои баланд бардоштани рақобатпазирии

корхонаҳо, тавсеаи бозор ва қонеъсозии эҳтиёҷоти истеъмолкунандагон зарур шуморидааст, боиси дастгирист.

Дар боби сеюм – «**Самтҳои афзалиятноки истифодаи имкониятҳои маркетингии баланд бардоштани рақобатпазирии минтақа**» – масъалаҳои қарорҳои ташкилии маркетингӣ оид ба баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодии минтақа, нақши иртиботи маркетингӣ дар низоми таъмини рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсоли вилояти Суғд, инчунин модели имитатсионии рақобатпазирии хоҷагии минтақавӣ мавриди баррасӣ қарор гирифтаанд.

Модели имитатсионӣ бо харитаи ҷойгиршавии корхонаҳои фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар шаҳри Хучанд таҳия ва пешниҳод шудааст. Муайян гардидааст, ки шартҳои асосии баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсоли ҷойгиршавии мусоид дар ҳудуди бозорҳои маҳаллӣ ва минтақавӣ мебошад. Ҷойгиршавии корхонаҳо ва иқтидори эҳтимолии онҳо ҳамчун омилҳои асосии таъсиррасон ба рақобатпазирӣ ба ҳисоб меравад. Тамоюлҳои ҳиссаи бозори корхонаҳои фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар шаҳри Хучанд бо истифода аз индекси Херфиндал-Хиршман таҳлил гардидаанд. Дар асоси ин таҳлил самтҳои истифодаи мақсадноки имкониятҳои маркетингӣ пешниҳод шудаанд, аз ҷумла: истифодаи стратегияҳои BTL ва ATL, рекламаи ҳадафнок, баланд бардоштани сифати хизматрасонӣ, моделсозии фурӯш ва мутобиқсозии анвои маҳсулот. Ин тадбирҳо ба баланд бардоштани рақобатпазирии субъектҳои хоҷагидорӣ мусоидат менамоянд.

Дар қисмати хулоса ва пешниҳодҳо натиҷаҳои асосии тадқиқот ҷамъбаст шуда, тавсияҳо оид ба истифодаи онҳо дар самти таъминоти рақобатпазирии иқтисодии минтақа пешниҳод гардидаанд.

**6. Аҳамияти илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоии диссертатсия.**  
Аҳамияти назариявии диссертатсия дар муқарраргардонии фарқиятҳои объективӣ, ки барои фаҳмишҳои назариявӣ дар шароити фаъолияти корхонаҳои соҳибкорӣ дар соҳаи савдо ва истеҳсоли вилоятҳо, ноҳияҳо, шаҳрҳои калон ва шаҳрҳои хурду миёнаи вилояти Суғд аҳамияти калон доранд, ифода меёбад, ки барои истифодаи онҳо саъю кӯшиши маркетингӣ лозим мебошад, ки ба таъмини рақобатпазирии корхонаҳо нигаронида шудаанд. Дар робита ба ин, аз ҷумла, фаҳмишҳои назариявии гуруҳбандии имкониятҳои маркетингии ташкилӣ ва иртиботӣ, ки ба таҳкими мавқеи рақобатпазирии минтақа ва корхонаҳои он нигаронида шудаанд, пурра гардонида шуданд.

Аз ҷумла, донишҳои назариявӣ дар соҳаи маркетинг ва иқтисодиёт васеъ гардида, равишҳои таҳлили бозор, моделсозии фурӯш ва стратегияи ҷойгиршавии корхонаҳо систематикӣ омӯзиш ва таҳлил шаванд. Ҷанбаҳои назариявии имкониятҳои маркетингӣ мумкин аст дар таҳияи барномаҳои

давлатӣ, стратегия ва дигар маводи институтсионалӣ оид ба баланд бардоштани рақобатпазирӣ мавриди истифода қарор гиранд. Муқаррароти диссертатсия метавонанд дар фаъолияти ниҳодҳои давлатӣ, аз ҷумла мақомоти ҳокимияти маҳаллӣ ва вазорату идораҳои соҳавӣ васеъ истифода шаванд.

Таҳқиқот нишон медиҳад, ки рушди рақобатпазирӣ ба афзоиши истехсолот ва савдо, баланд шудани даромад ва ғоидаи корхонаҳо, ҷалби сармоя ва истифодаи самараноки захираҳо мусоидат мекунад.

Бо дарназардошти ин аҳамиятҳо тавсия дода мешавад, ки натиҷаҳои таҳқиқот дар таҳияи барномаҳои давлатии рушди босуръати иқтисодиёти миллӣ ва минтақавӣ мавриди истифода қарор гиранд.

**7. Наشري натиҷаҳои таҳқиқ аз рӯйи мавзӯи диссертатсия.** Муқаррарот ва натиҷаҳои асосии маводи диссертатсия дар 11 мақолаи илмӣ дар ҳаҷми 3,4 ҷузъи ҷопӣ, аз ҷумла 5 мақола дар маҷаллаҳои илмӣ аз ҷониби ҚОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тавсияшуда нашр шудааст. Натиҷаҳои таҳқиқоти илмӣ дар конференсияҳои илмию назариявӣ ва илмию амалии байналмилалӣ ва ҷумҳуриявӣ ба тариқи маърузаҳои илмӣ баён шудаанд. Интишороти муаллиф, ҳамаи мақолаҳои илмӣ мазмун ва мундариҷаи диссертатсияи пешниҳодгардидаро инъикос менамоянд, яъне пурра мутобиқат доранд.

Натиҷаҳои муҳимми таҳқиқот дар хулоса ва тавсияҳои кори диссертатсионӣ инъикос ёфта, муқаррароти назариявии илмӣ асосноккардашуда коркард карда шудаанд, ки аз ҷониби Раёсати минтақавии рушди иқтисод, савдо ва мониторинги мақомоти иҷроияи ҳокимияти давлатии вилояти Суғд дар ҷараёни таҳия ва ҷорӣ намудани стратегияҳо ва барномаҳои миёнамуҳлати рушди иқтимоию иқтисодии вилояти Суғд ифода мегардад. (маълумотнома дар бораи татбиқ таҳти № 236 аз 13.06.2025).

Баъзе муқаррароти илмӣ кори таҳқиқотӣ дар ҷараёни таълими фанҳои маркетинг, идоракунии маркетинг, таҳқиқоти маркетингӣ, брендинг, мерчандайзинг, иқтисодёти минтақа, иқтисодёти корхона, маркетинги рақамӣ, менечмент, идоракунии рақобатпазирии корхона дар муассисаҳои таҳсилоти олии касбии Ҷумҳурии Тоҷикистон барои омода намудани кадрҳои баландихтисос истифода бурда мешаванд.

**8. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон.** Диссертатсияи тақризшаванда мутобиқ ба муқаррароти бандҳои дахлдори «Низомномаи шурои диссертатсионӣ» ва «Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ» (Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон, аз 30 июни соли 2021, № 267) омода гардида, муқаддима ва бахшҳои он - мубрамии мавзӯи таҳқиқот, дараҷаи таҳқиқоти мавзӯи илмӣ, робитаи таҳқиқот бо барномаҳо (лоиҳаҳо) ва мавзӯҳои

илмӣ, мақсад, вазифаҳо, объект ва предмет, фарзия, асосҳои назариявӣю методологӣ, сарчашмаи таҳқиқот ва пойгоҳи таҳқиқот, навгониҳои илмӣ, нуқтаҳои асосии ба ҳимоя пешниҳодшаванда, аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот, дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳои он, мутобиқати диссертатсия бо шиносномаи ихтисоси илмӣ, саҳми шахсии доктараби дараҷаи илмӣ дар таҳқиқот, тасвиб ва амалисозии натиҷаҳои диссертатсия, интишорот аз рӯи мавзӯи диссертатсия, сохтор ва ҳаҷми диссертатсия ба таври мукамал моҳияти диссертатсияро дар бар гирифтаанд ва асосҳои илмию амалии онро дар сатҳи зарурӣ инъикос менамоянд. Ғайр аз ин, меъёрҳои дигари диссертатсия нисбат ба ҳаҷм, истифодаи қадвал ва расмҳо, тартиби ниғориши феҳристи адабиёт низ ҳангоми навиштаи диссертатсия риоя гардидаанд.

Автореферат, ки аз диссертатсия бармеояд, ба талаботи тартиб додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, № 267 тасдиқ шудааст, ҷавобгӯӣ мебошад.

#### **9. Эродҳо доир ба диссертатсия**

Бо вучуди баҳои мусбате, ки дар тақриз баён гардид, дар диссертатсияи мазкур баъзе камбудихо ва ҳолатҳои баҳсталаб ҷой доранд, ки дар байни онҳо ҳолатҳои зеринро метавон ҷудо намуд:

1. Дар қисмати назариявии қори диссертатсионӣ муаллиф аз назарияи олимони хориҷӣ оид ба мафҳумҳои имкониятҳои маркетингӣ истифода кардааст, аммо ақидаҳои олимони ватанӣ нокифоя истифода шудаанд.

2. Дар қор ҳангоми таҳқиқи таҷрибаи хориҷии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар таъмини рақобатпазирии иқтисодии минтақа ба таҷрибаи кишварҳои ҳамсоя аҳамияти махсус дода мешуд, натиҷагирии қори диссертатсионӣ хеле беҳтар мегардид.

3. Дар диссертатсия доир ба ташаккули инфрасохтори таъминоти рақобатпазирии иқтисодии минтақа таваҷҷуҳи кам дода шудааст.

4. Дар диссертатсия мафҳуми “рақобатпазирӣ” барои минтақа нишон дода шудааст. Хуб мешуд, агар ин мафҳумро муаллиф аввало дар умум равшан мекард ва баъд барои минтақа пешниҳод менамуд.

5. Барои пешгирии ба вучуд омадани монополизм дар бозори минтақа диссертант дар қор ба ташаккул ва рушди омилҳои пешгирикунанда нокифоя диққат додааст.

Эродҳо ва камбудихои зикршуда, дар умум, аҳамияти назариявӣю амалии диссертатсияи мазкурро коста намекунанд ва ба муҳтавои қор таъсири манфӣ намерасонанд.

#### **10. Хулосаи умумӣ ба диссертатсия**

Дар маҷмуъ, диссертатсияи Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич дар мавзӯи «Имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодии минтақа

(дар мисоли вилояти Суғди Ҷумҳурии Тоҷикистон)», ки барои дарёфти дараҷаи илмии номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2.26 - Маркетинг пешниҳод гардидааст, натиҷаи кори таҳқиқоти илмии мустақилона ба анҷом расонидаи муаллиф мебошад. Кори диссертатсионӣ дар сатҳи баланди илмӣ ба анҷом расида, ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба диссертатсияи номзадӣ, аз ҷумла ба бандҳои 31, 33, 34 ва 35 - и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 тасдиқ шудааст, ҷавобгӯй буда, муаллифи он барои дарёфти дараҷаи илмии номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2.26 - Маркетинг сазовор мебошад.

**Муқарризи расмӣ:**

**Доктори илмҳои иқтисодӣ, профессор,  
профессори кафедраи маркетинги соҳавӣ  
ва байналмилалӣи Донишгоҳи  
технологии Тоҷикистон**

**Абдуғаффор Рауфӣ**

**Суроға: 734058, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, гузаргоҳи 1-ми  
Ҳисор, б. 1, х. 32. Тел.: 918701218, E-mail: [eco\\_institute@mail.ru](mailto:eco_institute@mail.ru)**

«02» 04 2026 с.

**Имзои А. Рауфӣ-ро тасдиқ мекунам:  
Сардори Раёсати кадрҳо, коргузорӣ  
ва назорати Донишгоҳи технологияи  
Тоҷикистон**



**Абдуназаров А.Ч.**

**Суроға: 734061, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, кӯч. Н.Қаробоев, 63/3  
Тел: 2340907**

«02» 04 2026 с.