

«Тасдиқ мекунам»
Ректори Донишгоҳи миллии
Тоҷикистон д.и.х., профессор
Насриддинзода Э.С.
«3» 04 соли 2026

ТАҚРИЗИ МУАССИСАИ ПЕШБАР

ба диссертатсияи Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич дар мавзуи «Имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа (дар мисоли вилояти Суғди Ҷумҳурии Тоҷикистон)» барои дарёфти дарҷаи илмӣ номзоди илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2.26. Маркетинг

1. Мутобиқати мавзӯ ва муҳтавои диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ

Мавзӯ ва муҳтавои диссертатсияи Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич бо Шиносномаи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯи ихтисоси 5.2.26. Маркетинг, алаҳусус бандҳои 3. Асосҳои назариявӣю 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. Мубрамияти мавзуи таҳқиқот

Дар марҳилаи муосири ташаккули иқтисоди бозорӣ сатҳи рақобат дар бозори истеъмолии минтақавӣ ва махсусан дар баҳши озуқаворӣ он ба таври назаррас афзудааст, ки зарурати ҳалли масъалаи таъмини сатҳи пайвастаи баланди рақобатпазирии корхонаҳо, минтақа, корхонаҳои савдо ва истехсолие, ки дар иқтисодиёти минтақа фаъолият мекунанд, бо истифода аз имкониятҳои маркетингӣ ва афзалиятҳои рақобатиро тақозо менамояд.

Дар шароити имрӯза дар суръати рушд ва сохтори иқтисодиёти вилоят тағйироти мусбат ба амал омад ва он дар натиҷаҳои ислоҳоти бозорӣ ва татбиқи сиёсати созанда зоҳир мегардад, ки барои устувори нишондиҳандаҳои макроиқтисодӣ ва боз ҳам пурратар истифода бурдани захираҳои мавҷудаи табиӣ иқтисодӣ ва иқтидорҳои истехсоли шароит фароҳам меорад. Аммо дар баробари ин, муаммои таъмини рақобатпазирии минтақа ва субъектҳои хоҷагидорӣ он, пайваста бо ташкил ва тақмили фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои савдо ва истехсолие, ки дар минтақа фаъолият доранд, таҳияи стратегия ва тактикаи рақобат, усулҳои муайян намудани омилҳои баланд бардоштани рақобатпазирӣ то ҳол ҳалли худро наёфтаанд. Ба таҳияи стратегияи рақобатии рушди соҳибкорӣ дар минтақа, инчунин дар корхонаҳои савдо ва истехсолие, ки дар бозорҳои маҳаллии озуқаворӣ фаъолият мекунанд ва онҳо барои ба даст овардани бартариятҳои рақобатӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирӣ нигаронида шудаанд, диққати нокифоя дода мешавад. Инкишофи босуръати савдо дар шаҳрҳои калон ва марказҳои вилоятҳо, мутамарказ намудани ҳаҷми зиёди талаботи босамара ва пур кардани бозор бо молҳои истехсоли ватанӣ ва хориҷӣ, афзоиши сатҳи рақобат зарурати диверсификасияи фаъолияти иштирокчиён – агентҳои бозор бо роҳи пурзӯр намудани фаъолияти маркетингӣ аз ҷиҳати муайян намудани захираҳо ва имкониятҳои маркетингии баланд бардоштани рақобатпазирӣ, мусоидат барои афзоиши ҳиссаи онҳо дар бозорҳои озуқавориро тақозо мекунад.

3. Дарачаи асосноккунии гузоришҳои илмӣ, хулосаю пешниҳод, ки дар диссертатсия оварда шудаанд

Аз рӯи рӯйхати таҳқиқотҳои дар диссертатсия инъикосёфта маълум гардид, ки унвонҷӯ таҳқиқоти чуқур ва амиқ гузаронидааст. Чуноне ки маълум гардид, муаллиф аз паёмҳои Пешвои муаззамн миллат, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон, ҳамчунин санадҳои меъёрӣ-ҳуқуқӣ, қонунгузориҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон дар самти истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар таъмини рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа истифода намудааст, ки барои

асоснокии матни кори диссертационӣ заминаи устувор фароҳам овардааст.

Ҳамзамон муаллиф дар кори хеш аз асарҳои олимони ватаниву хориҷӣ ба таври амиқ истифода намудааст, ки фарогирии он дар кори диссертационӣ хело хуб инъикос гардидааст.

Муқаррароти илмӣ, хулосаҳо ва тавсияҳои илмии муаллиф шаҳодати онанд, ки аз сарчашмаҳои васеи илмиву амалӣ, маводҳои иттилооти расмӣ, омӯриш таҳлили дар самти таъмини рақобатпазирии иқтисодии минтақа ва ҷумҳурии мебошад, васеъ истифода гардидаанд. Натиҷаҳои таҳқиқот таҳлили амиқи масъалаҳои баррасишаванда буда, барои минбаъд баланд бардоштани рақобатпазирии минтақаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон заминаи илмӣ ва амалии самарабахш пешкаш менамояд. Мухтавои асосии диссертатсия дар намуди мақолаҳои илмӣ дар маҷаллаҳои тақризшавандаи КОА назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон нашр гардидааст. Ҳамчунин натиҷаҳои таҳқиқот ба таври фишурда дар конференсияҳои илмию амалии сатҳи байналмилалӣ, ҷумҳуриявӣ, минтақавӣ ва донишгоҳӣ баррасӣ гардидаанд. Хулоса ва тавсияҳо оид ба натиҷаҳои таҳқиқот аз дурустӣ ва саҳеҳии натиҷаҳои кори муаллиф шаҳодат медиҳанд.

4. Навгони илмӣ таҳқиқот ва саҳеҳии натиҷаҳои бадастомада

Кори диссертационии Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич, ки ба тақриз пешниҳод шудааст, бо навоариҳо, равиши илмӣ таҳлили мушкилоти мавзӯ, тафсири назариявӣ ва методологии ба худ хос қобили тавачҷуш мебошад. Ҳолатҳои дар боло зикршуда дар якҷоягӣ бо заминаи далелҳои асосноки натиҷаҳои пешниҳодшуда, муаллифро ҳамчун олими ба камолрасида тавсиф мекунанд. Бояд қайд кард, ки равишҳои методологии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар раванди таъмини рақобатпазирии иқтисодии минтақа, ки дар диссертатсияи тақризшаванда қор қарда баромада шудааст, барои иқтисодии миллии Ҷумҳурии Тоҷикистон аҳаммияти стратегӣ дорад. Муқаррароти назариявӣ ва тавсияҳои пешниҳодшуда аз ҷиҳати илмӣ асоснок қарда шуда, бо истифодаи маҷмуи усулҳои умумии илмӣ ва махсуси таҳқиқот қорқард шудаанд. Унсурҳои

навоварии илмии диссертатсия ба таври мантиқӣ роҳҳои расидан ба ҳадафи таҳқиқотро ифода мекунад.

Дар таҳқиқот робитаи байни «имкониятҳои маркетингӣ» ва «рақобатпазирии минтақа» асоснок карда шуда, ба мундариҷаи ин мафҳумҳо саҳеҳӣ ворид гардидааст. Ба андешаи муаллиф, 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 методии арзёбии самаранокии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар таъмини рақобатпазирии иқтисодии минтақа таҳия гардида, ҳамзамон асоснок карда шудааст, ки гурӯҳбандии ширкатҳо аз рӯи ҳиссаи бозор ва суръати рушди онҳо бо истифода аз матритсаи гурӯҳи машваратии Бостон (МГМБ) ҳамчун воситаи муҳими таҳлилӣ барои муайян намудани мавқеи стратегӣ ва самтҳои афзалиятноки рушди онҳо аҳамияти назаррас дорад.

Дар қори диссертатсионӣ иқтидори иқтисодии вилояти Суғд аз нуқтаи назари истифодаи имкониятҳои маркетингӣ мавриди таҳлилу арзёбии илмӣ қарор гирифта, як қатор мушкилоти асосии марбут ба истифодаи самараноки онҳо муайян карда шудаанд. Аз ҷумла, сатҳи нокифояи даромаднокии аҳоли, норасоӣҳо дар пойгоҳи меъёрии ҳуқуқӣ, татбиқи маҳдуди шаклҳои инноватсионии хизматрасонӣ ба мизочон, паст будани сатҳи донишу фарҳанги маркетингӣ, инчунин номукамалии инфрасохтори бозорӣ ҳамчун омилҳои маҳдудкунанда баромад менамоянд. Дар натиҷаи таҳқиқот асоснок карда шудааст, ки яке аз захираҳои муҳими баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсолии воқеъ дар шаҳрҳои хурду миёна истифодаи самараноки имкониятҳои бозорӣ мебошад, ки ба таҳкими мавқеи бозорӣ ва баланд гардидани нуфузи корхона мусоидат менамояд.

Дар баробари ин, омилҳои ба баланд шудани рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсоли таъсиррасонанда муайян карда шудаанд.

Исбот карда шудааст, ки баланд бардоштани рақобатпазирии минтақа ва субъектҳои хоҷагидорӣ минтақавӣ ва ба даст овардани самараи мусбат аз ҷойгиркунии рақобатпазири онҳо дар фазои иқтисодии минтақавӣ, ҳангоми истифодаи усулҳои маркетинги МИКС ё 4P - маҳсулот ва нархи он, ҷойгиршавӣ, алоқа ва ҳавасмандкунӣ, инчунин ҳар як унсурӣ комплекс дар алоҳидагӣ ба рақобатпазирии умумии минтақа таъсири назаррас мерасонад.

Ҳамчунин дар қори диссертатсионӣ маҷмӯи қарорҳои маркетингӣ оид ба муайян намудани таъсири омилҳои, ки ба рақобатпазирии минтақа ва корхонаҳои савдою истеҳсолие, ки дар он фаъолият мекунанд, муфассал оварда шудаанд. Аз ҷониби муаллиф зарурати истифодаи модели имитатсионӣ бо харитаи ҷойгиршавии корхонаи ғурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар шаҳри Хучанд сохта шудааст, ки дар он вобастагии рақобатпазирии корхонаҳо дар бозори истеъмолӣ аз шумораи харидҳо, устувории номгӯи мол, масоҳати мағоза ва масофа то он, бо назардошти радиуси минтақаи фарогирии маҳаллаҳои алоҳида мебошад ва нақшаи ҷойгиршавии корхонаҳои савдою истеҳсолии нав дар минтақаҳои Чашма, Чашма 2, микроноҳияи 17 ва хиёбони Тошканди шаҳри Хучанд муайян карда шудааст.

Автореферат ва мақолаҳои илмӣ чопшудаи доктлаби дараҷаи илмӣ, мазмуни асосии диссертатсияро пурра инъикос мекунанд.

5. Аҳамияти илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоии натиҷаҳои диссертатсия

Қори диссертатсионии Б.А. Ҳамроев дар пайравӣ ба мактабҳои илмӣ навишта шудааст. Аҳамияти назариявии натиҷаҳои таҳқиқот дар муайян ва асоснок намудани фарқиятҳои объективӣ зоҳир мегардад, ки барои дарки назариявии шароити фаъолияти корхонаҳои соҳибкорӣ дар соҳаҳои савдо ва истеҳсолот дар вилоят, ноҳияҳо, шаҳрҳои калон, инчунин шаҳрҳои хурду миёнаи вилояти Суғд аҳамияти муҳим доранд. Тавсияҳои аз ҷониби муаллиф пешкашгардида дар раванди таҳия ва тақмил додани барномаҳои таълимӣ ва курсҳои тахассусӣ аз қабилӣ маркетинг, идоракунии маркетинг,

таҳқиқоти маркетингӣ, брендинг, мерчандайзинг, иқтисодёти минтақа, иқтисодёти корхона, маркетинги рақамӣ, менечмент, идоракунии рақобатпазирии корхона аҳаммияти амалӣ доранд.

Диссертатсия дар заминаи кафедраи менечмент ва маркетинги Муассисаи давлатии таълимии «Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд» иҷро шуда, дар ҷаласаҳои дахлдори кафедра мавриди муҳокима қарор гирифтааст.

6. Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқ, дурустӣ ва асоснокии диссертатсия

Кори диссертатсионии Б.А. Ҳамроев дар пайравӣ ба мактабҳои илмӣ навишта шудааст. Аҳаммияти назариявии натиҷаҳои таҳқиқот дар муайян ва асоснок намудани фарқиятҳои объективӣ зоҳир мегардад, ки барои дарки назариявии шароити фаъолияти корхонаҳои соҳибкорӣ дар соҳаҳои савдо ва истеҳсолот дар вилоят, ноҳияҳо, шаҳрҳои калон, инчунин шаҳрҳои хурду миёнаи вилояти Суғд аҳаммияти муҳим доранд. Хулоса ва тавсияҳои илмӣ-методӣ ва дар амал истифодаи имкониятҳои маркетингии баланд бардоштани рақобатпазирии минтақа ва корхонаҳои соҳибқориҳои соҳаи истеҳсол ва фурӯши маҳсулоти озуқаворӣ, ки дар диссертатсия таҳия шудаанд, дар қори амалии Раёсати минтақавии рушди иқтисод, савдо ва мониторинги мақомоти иҷроияи ҳокимияти давлатии вилояти Суғд дар ҷараёни таҳия ва ҷорӣ намудани стратегияҳо ва барномаҳои миёнамӯҳлати рушди иҷтимоию иқтисодии вилояти Суғд, инчунин дигар мақомоти дахлдор зимни таҳия ва татбиқи стратегия ва барномаҳои рушди иҷтимоию иқтисодии минтақавӣ истифода шаванд.

7. Саҳми шахсии довталаб дар таҳқиқот

Кори диссертатсионӣ натиҷаи фаъолияти мустақими илмию таҳқиқотӣ ва андешаҳои шахсии муаллиф мебошад. Интихоби мавзӯ, таҳияи нақшаи қори илмӣ, ҷамъоварии маводи илмӣ ва оморӣ, таҳлили манбаъҳо, таълифи матни диссертатсия, коркарди муқаррароти илмӣ, таҳия ва асосноксозии хулосаҳо ва тавсияҳо пурра аз ҷониби муаллиф анҷом дода шуда, дар асоси

омӯзиши амиқи асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ, инчунин бо дарназардошти ҷанбаҳои институтсионалӣ ва дигар паҳлуҳои мавзӯ ба таври мустақилона иҷро гардидааст. Муаллиф бо истифода аз усулҳои муосири таҳқиқотӣ ба арзёбии объективонаи вазъ ва равандҳои таъмини рақобатпазирии бозори молии минтақавӣ ноил гардидааст.

8. Нашри натиҷаҳои таҳқиқ дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ

Нуктаҳо ва натиҷаҳои асосии рисолаи илмӣ дар 11 мақола бо ҳаҷми умумии 3,4 ҷузъи ҷопӣ, аз ҷумла 5 мақола дар маҷаллаҳои тақризшавандаи КОА назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон инъикос ёфтаанд.

Натиҷаҳои таҳқиқоти илмии диссертатсия дар конференсияҳои байналмилалӣ ва ҷумҳуриявӣ илмӣ-амалӣ ба тариқи маърузаҳои илмӣ баён шудаанд. Дар интишороти муаллиф, ҳамаи мақолаҳои илмӣ мазмун ва мундариҷаи диссертатсияи пешниҳодгардидаро инъикос менамоянд ва мутобиқат мебошад.

Натиҷаҳои муҳимми таҳқиқот дар хулоса ва тавсияҳои қори диссертатсионӣ инъикос ёфта, муқаррароти назариявӣ илмии асосноккардашуда қорқард қарда шудаанд. Инчунин, муаммоҳои идоракунии фаъолияти маркетингӣ ва баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа дар қорқубаи назарияҳои васеъ паҳнғаштаи бартариятҳои мутлақ, нисбӣ ва консепсияи омилҳои дохилию беруна, таҳқиқ қарда шудаанд.

9. Арзёбии мазмуни диссертатсия ва дараҷаи ба итмом расидани он.

Соҳтор ва ҳаҷми диссертатсия

Диссертатсия аз муқаддима, се боб, хулоса ва рӯйхати адабиёти истифодашуда иборат аст. Бобҳои қори диссертатсионӣ бо пайдарҳамии мантиқӣ масоили назариявӣ, методологӣ ва амалии таҳқиқоти имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа инъикос менамоянд.

Дар муқаддима (саҳ. 4-13) аҳаммияти мавзуи диссертатсия, дараҷаи омӯзиши мавзӯ, робитаи таҳқиқот бо барнома ва мавзуҳои илмӣ шарҳ дода

шудааст, мақсад, вазифаҳо, объекту предмет, фарзияи таҳқиқот муайян гардидаанд, навгонии илмии таҳқиқот, нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, аҳамияти назариявӣю амалии таҳқиқот, интишорот аз рӯйи мавзуи диссертатсия, ҳамчунин сохтор ва ҳаҷми диссертатсия тавсиф шудааст.

Дар боби якум – «Асосҳои назариявӣю методологии истифодаи имкониятҳои маркетингии таъмини рақобатпазирии минтақа» – назарияи маркетинг, равишҳои методии арзёбии имкониятҳои маркетингӣ дар низоми рақобатпазирии иқтисодии минтақавӣ, инчунин таҷрибаи хориҷии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар таъмини рақобатпазирии иқтисодии минтақа баррасӣ гардидаанд. (14-52)

Дар натиҷаи таҳқиқоти боби мазкур муқаррароти назариявии маркетинг дар самти таъмини рақобатпазирии минтақа, равишҳои методии арзёбии имкониятҳои маркетингӣ, инчунин таҷрибаи хориҷии истифодаи имкониятҳо дар баланд бардоштани рақобатпазирии иқтисодии минтақа ба таври муфассал баррасӣ ва асоснок гардидаанд.

Ба андешаи муаллиф, ҳамаи нуктаҳои назари илмие, ки вобаста ба мафҳумҳои «имкониятҳои маркетингӣ», «рақобат» ва «рақобатпазирии минтақа» пешниҳод гардидаанд, новобаста аз мавҷуд будани баъзе норасоӣҳо ва маҳдудиятҳо, барои рушди илми иқтисодӣ заминаи мусоид фароҳам меоранд. Зеро ҳар як аз ин мафҳумҳо дар маҷмӯъ якдигарро такмил дода, имконият медиҳанд, ки моҳият ва мазмуни «имкониятҳои маркетингӣ», «рақобат» ва «рақобатпазирии минтақа» бо равиши системавӣ ва фарогир тавзеҳ дода шаванд.

Дар диссертатсия собит гардидааст, ки рушди муносибатҳои бозор дар Ҷумҳурии Тоҷикистон зарурати ташаккули муҳити рақобатпазирро ба миён овардааст. Дар чунин шароит фаъолияти маркетингии ширкатҳо, хусусан, корхонаҳои хурду миёнаи соҳаҳои савдо ва саноат, ҳамчун яке аз қувваҳои асосии пешбаранда ба назар мерасад. Истифодаи самараноки усулҳои муосири маркетинг метавонад на танҳо мавқеи бозории ин ширкатҳо ва қобилияти рақобатии онҳоро таҳким бахшад, балки ба ҷалби сармоягузорӣ,

тавсеаи бозор ва баланд бардоштани сатҳи хизматрасониву истехсол низ мусоидат намояд. (-С. 15).

Дар ҳалли муаммоҳои рақобатпазирӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, муаллиф чанбаҳои эҳтимолии истифодаи таҷрибаи дигар кишварҳои хориҷиро аз қабилӣ Ҷумҳурии халқии Чин, Туркия, Федератсияи Русия, Ўзбекистон ва Қазоқистонро пешниҳод менамояд (- С. 54).

Ба ақидаи муаллиф барои Ҷумҳурии Тоҷикистон таҷрибаи ташкили бозори хӯроквории Федератсияи Русия хеле ҷолиби диққат аст. Хусусияти муҳимми ин таҷриба дар он аст, ки баъд аз ҷорӣ гардидани таҳримҳои маҳдудкунанда ба воридот ва содироти як қатор молҳо (ба монанди маводи ғизоӣ ва доруворӣ), дар он кишвар мушкилиҳои ҷиддӣ ба миён омаданд. Раванд ё тренди бозори ин гуна молҳо бештар ба зиёд гардидани истехсоли дохилии маҳсулоти кишоварзӣ ва таъмини амнияти озуқавории кишвар вобаста мебошад. Ин давлат бар асоси нақшаи махсуси тасдиқшуда оид ба дастгирии воридотивазкунӣ барои солҳои 2014–2020, аз ҷумла тавассути барномаи рушди кишоварзӣ ва танзими бозорҳои маҳсулоти кишоварзӣ, ғизоӣ ва ашёи хом ба дастовардҳои назаррас ноил шуд. Ба андешаи муаллиф, дар Тоҷикистон ва минтақаҳои он низ таҳия ва қабули чунин нақшаи чорабиниҳо барои даври то соли 2030 мувофиқи мақсад мебошад. (- С. 57).

Дар боби дуюм – «Вазъи муосир, тамоюлот ва муаммоҳои истифодаи имкониятҳои маркетингии таъмини рақобатпазирӣ дар вилояти Суғд» – масъалаҳои тавсифи умумии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар фаъолияти корхонаҳои истехсол ва фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар иқтисодиёти вилояти Суғд баррасӣ гардидаанд. Ҳамзамон, стратегияҳои самараноки истифодаи имкониятҳои маркетингӣ дар соҳаи истехсол ва фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ дар минтақа, инчунин омилҳои асосии бозорӣ, ки ба сатҳи рақобатпазирии корхонаҳои соҳаи истехсол ва савдо таъсир мерасонанд, таҳлил ва арзёбӣ карда шудаанд. (- С. 64-104)

Ба ақидаи муаллиф дар низоми бозорӣ иқтисодии маркетингӣ қисми фаъолтарини иқтисодии буда барои истифодаи пурраи захираҳои

меҳнатӣ, иттилоотӣ, молиявӣ ва моддии ташкилот, ки дар шароити мусоид қобилияти фаъолияти самараноки онро дар муҳити рақобат таъмин менамояд. Дар рисола ба бахши савдои иқтисодиёти минтақа диққат дода, аҳамияти торафт калони онро ҳамчун звенои пайваस्तкунандаи байни сатҳҳои тақрористеҳсоли ҷамъиятӣ, алалхусус, истеҳсоли истеъмол дода мешавад. Хусусияти хоси рушди ин соҳаи муҳими иқтисодиёти минтақа дар давраи гузариш ба муносибатҳои бозорӣ ташкили тасодуфии бозорҳо, хусусигардонии оммавӣ, дар бозори ватанӣ ба таври васеъ ворид шудани молҳои истеҳсоли хориҷӣ, ба суръати тез баланд шудани нархҳо, инчунин пурзӯршавии рақобати дохилсоҳавӣ байни субъектҳо барои зиёд кардани ҳиссаи худ ва мустаҳкам намудани мавқеи худ дар бозор ба ҳисоб меравад. Татбиқи иқтидори иқтисодӣ ва аз он ҷумла, имкониятҳои маркетингӣ ва истифодаи самараноки онҳо, рушди устувори маҷмӯи маҳсулоти минтақавиро ҳамчун нишондиҳандаи макроиқтисодии рушди минтақа таъмин менамояд. (- С. 65)

Дар асоси таҳлилҳо, муаллиф муайян намудааст, ки маҷмӯи маҳсулоти минтақавии вилояти Суғд аз соли 2010 то соли 2023 6,1 маротиба афзудааст, ҳол он, ки суръати рушди МММ мамлакат дар маҷмӯъ 5,3 баробар ташкил менамояд. Ба зиёдшавии ҳиссаи МММ-и вилояти Суғд дар ММД-и ҷумҳурӣ эътибор додан лозим аст. Чунончи, дар давраи баррасишаванда ҳиссаи МММ-и вилояти Суғд аз 23,1%-и соли 2010 то 27,0% дар соли 2023 зиёд гардидааст. Маҷмӯи маҳсулоти минтақавӣ яке аз нишондиҳандаҳои асосии рақобатпазирии иқтисодиёти минтақа буда, аз ҳисоби зиёдгардии ҳаҷми истеҳсолоти саноатӣ ва кишоварзӣ, инчунин рушди дигар соҳаҳои иқтисодиёти минтақа таъмин карда мешавад. (- С. 66)

Дар рушди иқтисодиёти вилоят, алалхусус, ба бахши воқеӣ он, заминаи моддию техникӣ, ки пайваста нав карда мешавад, аҳамияти маҳсус дода мешавад. Чунончи, дар соли 2023 дар вилоят ба маблағи 1435,2 миллион сомонӣ фондҳои асосӣ ба қор андохта шуданд.

Ба андешаи муаллиф матритсаи гуруҳи машваратии Бостон (МГМБ) ҳамчун воситаи классикии маркетинг ва таҳлили стратегӣ ба татбиқи назарияи давраи ҳаётии маҳсулот бо истифода аз ду нишондиҳанда: суръати рушди бозори саноатӣ ва ҳиссаи нисбии бозор асос ёфтааст.

Муаллиф бо истифода аз принсипи классикии ташкилкунии МГМБ тибқи маълумотҳои корхонаҳои саноатии истеҳсолкунандаи маҳсулоти ширӣ дар вилояти Суғд ва шаҳри Хучанд, тамоюлҳои ҷойгиршавии корхонаҳо дар бозори минтақавиро муайян кардааст. (- С. 94)

Аз ин рӯ Б.А. Ҳамроев дар кори худ пешниҳод намудааст, ки ташаккули стратегияи минтақавии истифодаи имкониятҳои маркетингӣ барои баланд бардоштани қобилияти рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсолӣ як раванди мураккаби идоракунӣ мебошад, ки сармоягузориҳои калони молиявиро талаб мекунад. Аммо дар шароити тағйирёбии доимии муҳити берунии фаъолияти корхонаҳои савдо ва истеҳсолӣ оид ба истеҳсол ва фурӯши маҳсулоти хӯрокворӣ, аҳамияти таҳияи стратегияи маркетингӣ меафзояд. Аз ин рӯ, таҳия ва татбиқи стратегияи истифодаи имкониятҳои маркетингӣ ба субъектҳои хоҷагидорӣ минтақавӣ имкон медиҳад, ки дар рақобати соҳа, ки тадричан характери умумимиллӣ пайдо мекунад, бомуваффақият иштирок намоянд. (-С. 104.).

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 истеҳсолии вилояти Суғд, инчунин модели имитатсионии рақобатпазирии хоҷагии минтақавӣ мавриди баррасӣ қарор гирифтаанд. Ҳамзамон, роҳҳои истифодаи самараноки имкониятҳои маркетингӣ дар дурнамои стратегӣ муайян ва асоснок карда шудаанд. (-С. 118-152.)

Муаллиф таъкид менамояд, ки раванди масъалаҳои рақобатпазирии минтақа ва корхонаҳои савдо ва истеҳсолии дар он амалкунанда бо истифода

аз воситаҳои маркетингӣ, мураккаб буда, ҳалли онҳо дар ду самт амалӣ карда мешавад. Якум бевосита бо таъсири мустақим ба талаботи харидорон ва муштариёни эҳтимолии моли ширкатҳо, ки бо усулҳои гуногуни маркетинг алоқаманд мебошанд ва самти дуюм, мақсади фароҳам овардани шароити мусоид барои ба таври мунтазам, дар вақт ва ҷои мувофиқ, бо номгӯи мувофиқ ва муҳити бароҳат барои анҷом додани хариди мол тавассути мубодила нигаронида шудааст. Гуруҳи дуюми тадбирҳо дар худ маълумӣ қарорҳои ташкилӣ дар асоси имкониятҳои маркетингӣ барои таъмини шароит барои харидро таҷассум менамояд. Ин, пеш аз ҳама, ҷойгиршавии дурусти ҳудудии корхонаҳои савдо, таъмини дастрасии нақлиёт ба ҷойҳое, ки харидорони эҳтимоли доимо ҷамъ мешаванд. Ғайр аз ин фароҳам овардани шароити мусоид барои хариди зуд ва қулай, пешниҳоди васеъи молҳо ва хизматрасониҳои имконпазир вобаста ба талаби аксарияти истеъмолкунандаҳо мебошад. Аз ин лиҳоз, барои муайян кардани рақобатпазирии корхонаи савдо бо истифода аз имкониятҳои маркетингӣ бояд ҷорабиниҳои ба мизочон нигаронидашуда ва ҷорабиниҳое, ки дар худ ҳалли номгӯӣ ва интихоби ҷойгиршавиро дар бар мегиранд, ба таври кофӣ таҳия ва баррасӣ карда мешавад. Чунин муносибат имкон медиҳад, ки масъалаҳои марбут ба фаъолияти умумии иқтисодии корхонаҳои шабакаи савдо ва фаъолияти маркетингии онҳо, васеъ карда мешавад. Аз нуқтаи назари амал самаранокии бароҳмони савдо бо назардошти шумораи харид, навсозии номгӯӣ, афзоиши гардиши мол, нархи миёнаи харид, самаранокии истифодаи масоҳатҳои савдо, инчунин, самаранокии фаъолияти кадрҳо бо эътибор гирифтани равандҳои ҷойивазкунии кадрҳо, ҳайати касбии ва сатҳи таҳассусмандӣ, маҳсулнокии меҳнати онҳо мебошад. Ғайр аз ин, дар раванди устуворгардонии мавқеи бозорӣ корхонаҳои шабакаи савдо ҳиссаи онҳо дар бозор, намудҳо ва шумораи мағозаҳо, ки дар ноҳияҳою шаҳрҳо ба эътибор мегиранд, инчунин, таъмин намудани устувории молиявӣ бо муайян намудани қобилияти пардохтпазирии корхонаҳои савдо, маблағҳои худӣ ва қарзӣ, ҳаҷми сармоягузорӣ ва ғайра. Ҳамаи ин унсурҳои асосии таркибии

стратегияи маркетингии ширкатро ташкил менамоянд. (-С. 119).

Ба ақидаи муаллиф, қарорҳои маркетингии истифодаи имкониятҳои бозорӣ ва захираҳо дар нақшаи ташкилӣ пешбинӣ карда мешаванд, ки ба баланд бардоштани рақобатпазирии корхона ва алалхусус, савдои чакана нигаронида шудаанд. Пеш аз ҳама ин устувории мавқеи бозории корхонаи савдои чакана, ки бо нишондиҳандаҳои ҷойгиршавии мусоид, ҳиссаи бозорӣ, шаклҳои фурӯш, миқдори корхонаҳои савдо ва намояндагӣ фарогири ноҳияҳою шаҳрҳо ифода менамоянд. (-С. 121).

Чуноне, ки муаллиф ибраз менамояд, рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсолӣ бештар ба сифати маҳсулот ва андешаи истеъмолкунандагон дар бораи он вобаста аст. Дар рисола сухан дар бораи муборизаи байни маҳсулот на дар рафҳои мағоза меравад, балки дар зеҳни истеъмолкунандагон сурат мегирад. Таассуроти истеъмолкунандагон асосан тавассути воситаҳои иртиботии маркетингӣ ташаккул меёбад. Дар шароити пешниҳоди молҳои монанд аз ҷониби корхонаҳои чакана, рақобат шадид буда, нақши иртибототи маркетингӣ дар таъсир ба шуур ва ташаккули муносибати мусбат ба бренд муҳим мегардад.

Муаллиф пешниҳод месозад, ки шартҳои муҳими баланд бардоштани рақобатпазирии корхонаҳои савдо ва истеҳсолӣ ин оқилона ҷойгир шудани онҳо дар ҳудуди бозорҳои минтақавӣ ва маҳаллии *озуқаворӣ мебошад. Ҷойгиршавии корхонаҳои савдо ва иқтисодии эҳтимолии онҳо омилҳои асосии ба рақобатпазирӣ таъсиркунанда буда, барои ҳисоб кардани он усулҳои гунногун истифода мешаванд. (С. 152).

10. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссияи

олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон

Диссертатсияи Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич ба талаботи амалкунандаи Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 26 июни соли 2023, №295 «Дар бораи тасдиқи Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ», инчунин ба қоидаҳои барасмиятдарории Комиссияи олии аттестатсионӣ назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон пурра мутобиқ мекунад, ҷавобгӯ мебошад. Сохтор,

ҳаҷм, тартиби пешниҳоди натиҷаҳои илмӣ, тарзи истинод ба манбаҳо, пешниҳоди рӯйхати адабиёт ва китобшиносӣ, истифодаи ҷадвалҳо ва диаграммаҳо, инчунин талаботи техникӣ ва услубӣ риоя гардидаанд. Мундариҷаи диссертатсия ба таври мантиқӣ буда, мақсад, вазифаҳо, объект, предмет, фарзия, навоари илмӣ, асоснокии методологӣ ва натиҷаҳои таҳқиқот бамаврид ва мутобиқ ба талаботҳои таҳқиқоти илмӣ ифода ёфтаанд. Автореферат, ки аз диссертатсия бармеояд, ба талаботи тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, № 267 тасдиқ шудааст, ҷавобгӯ мебошад.

11. Мутобиқати таҳассуси илмии довталаб ба дараҷаи илмӣ

Таҳассуси илмии довталаб – Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич ба ихтисоси илмии дархостшаванда – 5.2.26. Маркетинг мувофиқат мекунад. Таҳқиқи диссертатсионӣ аз ин ҷиҳат қобили дастгирӣ мебошад, ки он дар навбати худ мукамал, ба низомдаровардашуда, ҳамчун таҳқиқоти илмии мустақилона дар сатҳи баланд иҷро шуда, ба масъалаҳои мубрами замони муосир бахшида шудааст.

12. Эродҳо ва ҳолатҳои баҳсталаб доир ба диссертатсия

Дар баробари муваффақиятҳо дар диссертатсияи мазкур баъзе камбудихо, ҳолатҳои баҳсталаб, ҷой доранд, ки дар байни онҳо ҳолатҳои зеринро метавон ҷудо намуд:

1. Агар муаллиф стратегияи маркетингии таъминоти рақобатпазирии корхонаро дар асоси унсурҳои синхромаркетинг ва маркетинги инноватсионӣ таҳия карда мешуд, кор бурд мекард.
2. Дар диссертатсия як зумра пешниҳодҳои ҷолиб оварда шудааст. Аммо, механизми татбиқи он, бо зикри манбаҳои маблағгузорӣ, марҳилаҳои амалигардонӣ ва субъектони масъул ба таври мушаххас оварда нашудааст.
3. Дар диссертатсия муаллиф модели имитатсиониро дар асоси арзёбии рейтингии объектҳои мавҷуда ва ба нақша гирифтаи соҳаи савдои чакана истифода бурдааст. Агар бо истифода аз моделҳои иқтисодӣ-риёзӣ модели банақшагирии соҳаи савдои чакана ва корхонаҳои истехсолӣ таҳия карда

мешуд, қимати амалии кор боз ҳам баланд мегардид.

4. Ба андешаи мо, мақсаднок мебуд, агар дар чадвалҳои муқоисавии пешниҳодшуда нишондишандаҳои минтақаҳои дигари Ҷумҳурии Тоҷикистон низ инъикос мегардиданд, зеро чунин равиш имконияти анҷом додани таҳлили муқоисавии васеътарро фароҳам оварда, дараҷаи асоснокӣ ва эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқотро боз ҳам баланд мебардорад.

Вале таъкид намудан ҷоиз аст, ки эродҳо ва камбудии ҷойдошта ҷузъӣ буда, арзиши илмӣ ва моҳияти амалии таҳқиқотҳои гузаронидаи диссертантро кам намекунанд.

Автореферати диссертатсия тибқи тартиби муқарраргардида барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ таҳия гардида, мазмуни асосии кори таҳқиқиро инъикос менамояд ва дар он натиҷаҳои назаррасии илмӣ асоснок гардида, шарҳи пурраи худро ёфтаанд.

13. Хулосаи умумӣ оид ба диссертатсия

Хулоса, диссертатсияи Ҳамроев Бахтиёр Абдунабиевич дар мавзӯи «Имкониятҳои маркетингии таъминоти рақобатпазирии иқтисодидиёти минтақа (дар, мисоли вилояти Суғди Ҷумҳурии Тоҷикистон)» барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2.26. Маркетинг пешниҳод гардидааст, дар сатҳи баланди илмӣ ба анҷом расида, ба талаботи бандҳои 76-79 ва 81 - Тартиб додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 тасдиқ шудааст, мувофиқ буда, муаллиф барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2.26. Маркетинг сазовор мебошад.

Тақриз аз ҷониби номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти кафедраи менеҷмент ва маркетинги факултети иқтисод ва идораи Донишгоҳи миллии Тоҷикистон омода гардидааст.

Тақриз дар ҷаласаи кафедраи менеҷмент ва маркетинги факултети иқтисод ва идораи Донишгоҳи миллии Тоҷикистон муҳокима ва тасдиқ карда шудааст (протоколи №9, аз «02» апрели соли 2026).

Дар ҷаласаи кафедра иштирок доштанд: 17 нафар.

Натиҷаи овоздиҳӣ: тарафдор: 17 нафар, зид - нест, бетараф - нест.

Раиси ҷаласа: Мудири кафедраи
менечмент ва маркетинги
факултети иқтисод ва идораи
Донишгоҳи Миллии Тоҷикистон,
н.и.и., дотсент



Содиқов Қ. А.

Эксперт: н.и.и., дотсенти кафедраи
менечмент ва маркетинги
факултети иқтисод ва идораи
Донишгоҳи миллии Тоҷикистон



Сарабекова И. З.

Котиби илмӣ ҷаласа:
н.и.и., м/к кафедраи
менечмент ва маркетинги
факултети иқтисод ва идораи
Донишгоҳи миллии Тоҷикистон



Зоҳири Т.

Имзоҳои Содиқов Қ.А., Сарабекова И.З. ва Зоҳири Т.–ро тасдиқ
менамоям.

Сардори раёсати кадрҳо ва корҳои
махсуси Донишгоҳи миллии Тоҷикистон **Шодихонзода Э.Ш.**



Суроғи муассисаи пешбар:

Суроға: 734025, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Душанбе, хиёбони Рӯдакӣ, 17.

Саҳифаи интернетӣ: www.tnu.tj, email: info@tnu.tj.

Телефон: (+992-37) 221-62-25; (+992-37) 221-15-10

« 03 » 04 соли 2026