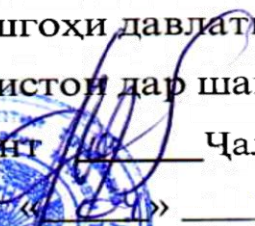


“Тасдиқ мекунам”

Директори МДТ “Донишкадаи иқтисод
ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати
Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд”

Н.И.И. дотсент  Чалилзода А.А.



«09» 2024 с.

ХУЛОСАИ

кафедраи менеҷмент ва маркетинги МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд”

Диссертатсияи унвончӯ Юсупов Ғолибҷон Ғаниевич дар мавзуи «Ташаккул ва такмили стратегияи маркетингии корхонаҳои саноатӣ дар иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон» барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 08.00.10 – Менеҷмент, маркетинг ва нархгузорӣ (Маркетинг) дар кафедраи менеҷмент ва маркетинги факултети тичорат, фаъолияти гумрукӣ ва ҳуқуқи МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд” таҳия гардидааст. Дар чараёни омода намудани диссертатсия ва айнаи замон Юсупов Ғолибҷон Ғаниевич дар МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд” ба ҳайси унвончӯи кафедраи мазкур фаъолият менамояд.

Юсупов Ғолибҷон Ғаниевич соли 2017 таҳсилро дар МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тичорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд” – ро аз рӯи ихтисоси андоз ва андозбандӣ хатм намудааст.

Шаҳодатнома оид ба супоридани имтиҳонҳои номзадӣ аз 08.11.2021, №475 (таърих ва фалсафаи илм), 09.12.2022, №811 (забони

англисӣ), 28.08.2024 №4 (маркетинг) аз тарафи МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд”, дода шудаанд.

Мавзуи диссертатсияи номзодии ӯ дар ҷаласаи Шӯрои олимони МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд” аз таърихи 26.04.2022, тибқи протоколи № 9 расман тасдиқ гардидааст.

Роҳбари илмӣ диссертатсияи номзадӣ Ғозибеков Садриддинбек Арслонбекович, доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд” мебошад.

Дар натиҷаи муҳокимаи рисолаи номзадӣ дар мавзӯи «Ташаккул ва тақмили стратегияи маркетингии корхонаҳои саноатӣ дар иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон» хулосаи зерин қабул карда шуд:

1. Баҳодиҳии муҳраи мавзӯи таҳқиқот. Диссертатсияи Юсупов Ғолибҷон Ғаниевич дорои аҳамияти баланди илмӣ ва амалӣ мебошад. Он ҳамчун як тадқиқоти мустақилона ва мукаммал баҳогузорӣ шуда, бо ҳадафҳои асосии рушди иқтисоди миллӣ мувофиқат дошта, бевосита ба татбиқи муқаррароти Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030 мусоидат менамояд.

Марҳила ба марҳила густариш ёфтани муносибатҳои бозорӣ дар иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба кулӣ принципҳои фаъолияти субъектҳои хоҷагидориро тағйир додааст. Зеро дар шароити иқтисоди бозорӣ, ки моликияти хусусӣ мавқеи ҳукмфарморо ишғол мекунад, масъалаҳои ташкили истеҳсол ва пешниҳоди молу хизматрасониҳо асосан бо назардошти талабот ва тақлифоти бозор муайян мегарданд. Ин ҳолат ба миён омадани дараҷаи баланди номуайянии фаъолияти истеҳсолиро ба вуҷуд овардааст.

Дар чунин шароит, корхонаҳо бо зарурати қабули қарорҳои мустақилона ва стратегӣ рӯ ба рӯ мешаванд, аз ҷумла: интихоби самти

фаъолият, ҷалби захираҳои истеҳсолӣ, ташкили чараёни такрористеҳсолот, муайянсозии ниёзҳои бозор (истеъмолкунандагони эҳтимолӣ), интиҳоби шабакаҳои тақсимот ва фурӯш, ҳамчунин амалисозии принципҳои худидоракунии ва худмаблағгузорӣ.

Бо дарназардошти ин, зарурати гузаронидани тадқиқоти илмӣ дар самти татбиқи ислоҳоти иқтисодӣ дар сатҳи корхонаҳо (сатҳи микроиқтисодӣ) дар шароити муосир аҳамияти калидӣ касб менамояд. Яке аз самтҳои муҳими баландбардории самаранокии фаъолияти корхонаҳо дар ин шароит таҳияи стратегияи маркетингӣ мебошад, ки метавонад дар ноил шудан ба натиҷаҳои мусбат нақши ҳалкунанда бозад.

Маркетинг дар замони муосир ҳамчун ягона консепсияи самараноки идоракунии фаъолияти корхонаҳо дар шароити бозор шинохта мешавад. Самаранокии фаъолияти истеҳсолӣ, таъмини рушди устувор ва истеҳсоли маҳсулоти рақобатпазир бевосита ба сатҳи ташкили менеҷменти маркетингии корхона ва қобилияти роҳбарият дар татбиқи он вобастагӣ дорад. Боиси зикр аст, ки то ба имрӯз дар аксари корхонаҳои ватанӣ стратегияи маркетингии илмӣ асоснок ва мунтазам ба таври кофӣ коркард нашудааст. Ба сабаби ин, як қатор омилҳо ҳамчун монеаҳо амал мекунанд, ки дар таҳлили тадқиқотӣ бояд мавриди баррасии амиқ қарор гиранд:

Дар баробари аҳамияти афзояндаи маркетинг дар шароити иқтисоди бозорӣ, як қатор омилҳо ба монеаи татбиқи самараноки он дар корхонаҳои ватанӣ табдил ёфтаанд, ки зарурати таҳқиқоти илмиро дар ин самт бештар мегардонанд. Аз ҷумла, метавон қайд кард:

- аксари роҳбарони субъектҳои хоҷагидорӣ ҳангоми ҳалли масъалаҳои иқтисодӣ ба қолабҳои кӯҳна такя мекунанд, ки аз низоми идоракунии марказонидашудаи давраи Иттиҳоди Шӯравӣ мерос мондаанд;
- ақидаҳо ва усулҳои муосири маркетинг, ки бояд бо назардошти талаботи бозор ташаккул ёбанд, ҳанӯз дар марҳилаи ибтидоӣ қарор доранд;

- дар соҳаи маркетинг норасоии кадрҳои баландихтисос эҳсос мешавад, ки ба самаранокии қабули қарорҳои маркетингӣ таъсири манфӣ мерасонад;
- бештари роҳбарон ва масъулини корхонаҳо ё нақши механизмҳои маркетингро дар шароити иқтисоди бозорӣ намедонанд ва ё аҳамияти онро дарк намеkunанд.

Мавҷудияти чунин монеаҳо ва камбудӣҳо боиси он гардидааст, ки мавзӯи таҳқиқот дар бораи **ташаккул ва такмили стратегияи маркетингии корхонаҳои саноатӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон** пурра коркард нашуда, ҳаллу ҷасли як қатор масъалаҳои назариявӣ ва методологияи марбут ба он то ҳол боқӣ мондааст. Ин ҳолат боз ҳам **мубрамият ва саривақтӣ** будани мавзӯро дар шароити рушди иқтисоди миллии Тоҷикистон таъкид мекунад.

2. Ҳамаи марҳилаҳои амалисозии нақшаи тадқиқоти диссертатсионӣ, аз ҷумла асосноккунии мубрамияти мавзӯ, таъини мақсад ва вазифаҳои тадқиқот, таҳияи методология ва татбиқи амалии он бо иштироки бевоситаи муаллиф анҷом дода шудаанд. Муаллиф дар таҳия ва такмил додани мавқеи истифодаи технологияҳои муосири таҳқиқоти маркетингӣ дар самти амалӣ намудани ҳадафҳои стратегии рушди корхонаҳо саҳми назаррас гузоштааст. Дурустӣ ва асоснокии натиҷаҳои тадқиқот тавассути таҳияи методикаи илман асоснок, ҷамъоварии маълумоти таҷрибавӣ ва таҳлили онҳо, ки дурустии фарзияҳои пешниҳодшударо тасдиқ менамоянд, таъмин гардидааст. Ҳамзамон, натиҷаҳои бадастомада бо усулҳои таҳлили муқоисавӣ ва хулосабарорӣ тавсиф гардида, асоси таҳияи тавсияҳои амалӣ гаштаанд.

3. Дурустии натиҷаҳои илмӣ ва хулосаҳои асосӣ. Дар чараёни таҳияи диссертатсия ва татбиқи муқаррароти илмӣ маҷмӯи васеи усулҳои илмӣ ва амалии тадқиқотӣ истифода шудааст, ки ба муҳокима ва таҳлили ҳамаҷонибаи мавзӯи тадқиқот мусоидат намудааст.

Аз ҷумла, дар таҳқиқот методи диалектикий шинохт ва равиши низомӣ мавқеи марказӣ дошта, имкони таҳлили амиқи моҳият ва сохтори мавзӯи таҳқиқро фароҳам овардаанд. Инчунин, дар раванди анҷом додани таҳқиқот **методҳои зерин низ истифода шудаанд:**

- **таҳлили муқоисавӣ** — барои муқоисаи нишондиҳандаҳо ва муайян намудани фарқиятҳо ва шабоҳатҳои асосӣ дар равандҳои маркетингӣ;
- **методи абстрактӣ-мантиқӣ** — барои таҳияи хулосаҳои назариявӣ ва таҳлили равандҳо дар сатҳи умумисозӣ;
- **методҳои мониторинг ва таҳлили тамоюлҳо (трендҳо)** — бо мақсади таҳлили тағйироти давраӣ дар бозор ва рафтори истеъмолкунандагон;
- **методҳои омӯрӣ ва математикии иқтисодӣ** — барои ҳисобу таҳлили маълумоти омӯрӣ, баҳодиҳии натиҷаҳо ва таҳияи моделҳои таҳлилӣ;
- **методи ҳисобӣ-конструктивӣ** — барои пешниҳоди тавсияҳо ва механизми татбиқи стратегияи маркетингӣ;
- **мушоҳидаи шахсии муаллиф, пурсиши мутахассисон, инчунин назорати талаботи истеъмолкунандагон** — бо мақсади таҳкими асоснокии натиҷаҳо ва фарогирии ҷанбаҳои амалӣ.

Истифодаи мунтаззами ин маҷмӯи усулҳо ба муаллиф имкон дод, ки ба натиҷаҳои бозътимод ноил шуда, тавсияҳои амалиро дар асоси таҳлили ҳамаҷониба пешниҳод намояд.

4. Навгонии илмӣ таҳқиқот дар ғанӣ гардонидани мундариҷаи концепсияҳои илмӣ оид ба стратегияи маркетингӣ ва коркарди тавсияҳои амалӣ оид ба тақмили таҳия ва амалишави он дар фаъолияти корхонаҳои ватанӣ таҳия гардидаанд.

Дар раванди тадқиқот натиҷаҳои зерини илмӣ ба даст оварда шудаанд, ки дорои **унсурҳои наvgонии илмӣ** мебошанд:

- концепсияи муосири идоракунии маркетингӣ низомбандӣ гардида, бахусус концепсияҳои марбут ба тақмили ҷараёни истеҳсолот, баланд бардоштани сифати молу маҳсулот, шиддатбахшии фаъолияти тиҷоратӣ, инчунин равишҳои маркетинги маҷмӯӣ ва маркетинги иҷтимоӣ-ахлоқӣ

мавриди таҳлил ва тартиббандӣ қарор дода шудаанд. Дар асоси натиҷаҳои таҳқиқот, ба мафҳуми “стратегияи маркетинг” саҳеҳияти зерин ворид карда шудааст: «Стратегияи маркетинг — ин равандест хеле мураккаби таҳлилӣ, ки таҳияи эҷодию банақшагирии дарозмуддати ҳадафҳо, маҳсулот, харочот, нархгузорӣ, сифати маҳсулот, таҳқиқ ва арзёбии вазъи бозор, сегментатсияи он, муносибат бо рақибон ва муҳити берунаро дар бар гирифта, ба афзоиши фоида, мустаҳкам намудани мавқеи бозорӣ ва таъмини рақобатпазирии корхонаҳо нигаронида шудааст».

– исбот гардидааст, ки арзёбии амалишавии стратегияи маркетинг чараёнест мураккаб ва фарогир. Дар таҳлили самаранокии он усулҳои гуногун, махсусан усулҳои микдорӣ ва матритсавӣ васеъ истифода мешаванд, ки аз ҷумла таҳлили “рушд/ҳисса”, таҳлили “афзалияти бозор/мавқеи ширкат” ва таҳлили “марҳилаҳои сикли ҳаётии соҳа”-ро дар бар мегиранд.

- исбот карда шудааст, ки арзёбии амалишавии стратегияи маркетинг чараёни мураккаб аст. Дар таҳлили самаранокии стратегияи маркетинг усулҳои гуногун, алаҳхусус усулҳои микдорӣ, матритсавӣ, ки дар худ таҳлили “рушд / ҳисса”, таҳлили “афзалияти бозор / ҳолати фирма”, таҳлили “сикли ҳаётии соҳа” васеъ истифода бурда мешавад. Асоснок гардидааст, ки дар иқтисодиёти ватанӣ бештар истифодабарии усули микдорӣ ва матрисавии “рушд / ҳисса” имконпазир аст. Нишондиҳандаи арзёбии стратегияи маркетинг таъмини рақобатнокии корхонаҳо ва ҳамзамон ҷаззобияти соҳаро дар бар мегирад. Ба гурӯҳи якум нишондиҳандаҳои зерин шомил мешаванд: ҳиссаи нисбӣ дар бозор, шабакаҳои тақсимои молҳо, технологияи истеҳсолӣ, таҷҳизот ва макони ҷойгиршавӣ, самаранокии истеҳсолот ва сифати мол, захираҳои истеҳсолӣ, иқтидори илмӣ-таҳқиқотӣ, ҳамчунин сатҳи хизматрасонии пас аз фурӯш. Ба гурӯҳи дуюм нишондиҳандаҳои: сатҳи рушди соҳа, меъёри фоида, аҳамияти бренд, рақибон, монеаҳои воридшавӣ ба бозор, сатҳи

истифодабарии иктидорҳои соҳа, имконияти иваз намудани маҳсулот, имиджи соҳа дар ҷомеа шомил мебошанд.

- таҷрибаи хориҷии стратегияҳои маркетингии корхонаҳо низомбандӣ гардида, дар асоси он ҷанбаҳои қабули амалиёти маркетингии хориҷӣ муайян гардидааст. Алалхусус аз таҷрибаи корхонаҳои амрикоӣ: банизомдарорӣ, интиҳоби усули конвейерӣ; истифодабарии модели дисконтӣ дар фурӯш, хизматрасонии пас аз фурӯш, самтёбии стратегияи маркетингии корхона ба рушди корхона.

Аз таҷрибаи ширкатҳои Аврупоӣ ҷиҳатҳои зерин муҳим шуморида мешаванд: мавҷудияти шӯъбаҳои махсуси маркетингӣ, раванди баҳогузори ва ташкили гурӯҳҳои мустақили коршиносони бозор.

Аз таҷрибаи ширкатҳои Ҷопонӣ бошад: татбиқи стратегияи маркетингӣ барои беҳтар кардани сифати маҳсулот; ташкили фазои корӣ ва амалӣ кардани системаи истеҳсолии бенуқсон; модели менечменти сифат ба усули ҷопонӣ; ҳамкориҳои мутақобилан судманд байни соҳаи саноат ва ҳокимияти давлатӣ; ва консепсияи маркетингии равона ба талаботи истеъмолкунандагон.

- исбот гардидааст, ки фаъолияти маркетингии ширкат заминаи асосӣ барои баланд бардоштани рақобатпазирӣ, раванди доимии тавлиди ғояҳо, банақшагирӣ ва назорати бозгашти онҳо мебошад, ки ин раванд дар нишондодҳои самараноки такрористеҳсолот инъикос меёбад.

- муқаррар гардидааст, ки дар таъмини рушди ММД солҳои охир соҳаи саноат дар самти пешравӣ мебошад. Дар масъалаи маҳсулнокии меҳнат мавқеи пешсафр саноати коркард гирифта, пас аз он саноати насосӣ, дӯзандагӣ ва саноати истихроҷ ҷой доранд. Онҳо дар коркарди стратегияи маркетингӣ имкониятҳои васеъ доранд. Дар байни саноати коркард истеҳсоли маҳсулоти хӯрока маҳсулнокии баланд дошта, дар дигар соҳаҳо ҳале кам аст ва он дар коркарди стратегияи маркетингӣ душвориҳо эҷод менамояд. Корхонаҳои саноати насосӣ, дӯзандагӣ, саноати кимиё (фарматсевтӣ) бояд фаъолияти худро бо воситаи ҷалб

намудани технологияи нав, беҳтар намудани фаъолияти маркетингӣ пурзӯр намояд;

- низоми ташаккулёбии фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои ватанӣ аз рӯи нишондодҳои натиҷавӣ арзёбӣ гардидааст. Аз он ҷумла дар маркетинг арзиши аслии маҳсулоти истеҳсолшаванда аҳамияти махсус дорад, ки воридшавӣ ба бозор, нигоҳ доштани мавқеи худ дар он, идора намудани нарх муҳим аст. Муқаррар гардидааст, ки дар ҷумҳурӣ арзиши аслии маҳсулоти ангиштсанг, намаки ош, қувваи барқе, ки неругоҳҳои обӣ истеҳсол менамоянд, афзалиятҳо бо механизми нарх баланд бардоштани самарайи фаъолияти маркетингӣ медиҳад. Баръакс дар истеҳсоли гӯшт, орд, биринҷ чунин имкониятҳо мавҷуд нест. Бақияи маҳсулоти истеҳсолшуда дар охири давраи ҳисоботӣ низ бо фурӯш алоқаманд аст, ки самарайи сусти фаъолияти маркетингиро нишон медиҳад. Дар байни соҳаҳои саноати ҷумҳурӣ вобаста ба ин масъала саноати нассочӣ, чарм ва маҳсулотҳои чармӣ, молҳои резинӣ ва пластикӣ, металлургӣ, саноати дӯзандагӣ дар онҳо ҳиссаи молҳои бафурӯшнарафта пешсаф мебошанд зиёданд. Дар оянда онҳо ба масъалаи ташкили фаъолияти маркетингӣ, ки ҳадафи асосиаш дарёфти истеъмолкунандагон мебошад, таваҷҷӯҳи бештар зоҳир менамоянд. Дар саноати коркарди Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳиссаи молҳои бақия нисбат ба ҳаҷми истеҳсолот дар корхонаи муштарак ҶСП “Хучанд -пакижинг”-и шаҳри Хучанд, ҶДММ “Музаффар и К”, КВД “Захираи ғаллаи ноҳияи Шуғнон” нисбат ба дигар корхонаҳо зиёд аст. Дар бештари корхонаҳои саноатии коркард низ ҳиссаи молҳои бақия нисбат ба ҳаҷми истеҳсолот зиёд аст ва ин ҳолат зарурати таҷдиди фаъолияти маркетингиро ба миён мегузорад;

- дар асоси истифодабарии “усули матритсавии таҳқиқоти маркетингӣ” мавқеи корхонаҳо дар бозорҳои муайян арзёбӣ гардидааст, ки истеҳсоли гӯшти мурғи корхонаи ҶДММ “Мармарӣ”-и ноҳияи Шохмансур, ҶДММ “Фабрикаи мурғпарварии Беҳамто”-и ноҳияи Ёвон.

Дар бозори орд мавқеи «Ситора»-ро ҶДММ "Хубчамъ Инвест"-и шаҳри Бустон, дар бозори нахи пахта ҶДММ "Инсоф"-и ноҳияи Ҳамадонӣ, ҶДММ ШС "Рахшона"-и ноҳияи Ашт, ҶДММ "Юсуф-Саркор" ба даст овардаанд, чун пешсаф ба гурӯҳи «Ситора» ворид шуд, ки дар бозор ҳиссаи назаррас ва суръати рушд доранд. Инчунин дар бозори истеҳсоли гӯшти мурғ, ҶДММ "Мурғи Хонаобод"-и шаҳри Кулоб, ҶДММ «Мурғи Муъминобод»-и ноҳияи Муминобод, дар бозори нахи пахта ҶДММ "Зафариён"-и ноҳияи Б.Ғафуров, ҶДММ "Парвоз-1"-и ноҳияи Вахш, ҶДММ "Музаффар и К"-и ноҳияи Мастҷох, дар бозори орд ҶДММ "Стелло"-и шаҳри Душанбе, ҶДММ "Астана"-и ноҳияи Б.Ғафуров, ҶДММ "Сомон Кишоварз"-и ноҳияи Ҷ. Расулов, ҶДММ "Султони Ҳаким"-и ноҳияи Спитамен ба гурӯҳи ақибмонӣ бо ишораи "Сангпушт" ворид аст, ки онҳо суръати рушд ва ҳисса дар бозор хеле паст доранд, ки онҳо фаъолияти худро ҳам дар самти истеҳсолот ва ҳам дар самти маркетинг бояд пурзӯр намоянд, ки барои онҳо хавфи муфлисшавӣ дар назар дошта шудааст;

- амсилаи иқтисодӣ - математикӣ оид ба таъсири фишангҳои маркетингӣ вобаста ба натиҷаи нигаронӣ афзоиши ҳаҷми гардиши молҳои чакана коркард карда шудааст. Моҳияти амсила - таҳқиқи фаъолияти маркетингӣ буда, вобаста аз вазъи савдои тижоратӣ, фуруш дар бозори номуташаққил, даромаднокии аҳоли, миқдори шуғли аҳоли дар соҳаи савдо дар иқтисодиёт мебошад. Исбот гардидааст, ки зиёдшавии миқдори мутахассисони соҳаи савдо хусусияти ҳалқунандаи таъсиррасониро дорад. Дар асоси он тавсия ва пешниҳодҳо оид ба ташаққул ва таъмини самаранокии фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои ватанӣ коркард карда шудааст.

5. Мақсади таҳқиқоти диссертатсионӣ дар рушд додани ҷанбаҳои назариявӣ, тақмили методикаи коркарди стратегияи маркетингӣ ва таҳияи тавсияҳои амалӣ ҷиҳати татбиқи он дар фаъолияти корхонаҳои ватанӣ ифода меёбад.

Вазифаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ. Барои ноил гардидан ба ҳадафи мазкур дар диссертатсия ҳалли вазифаҳои зерин пешбинӣ гардидааст:

- таҳқиқи асосҳои илмӣ стратегияи маркетингӣ ва муайян намудани нақши он дар рушди корхонаҳои ватанӣ;
- омӯзиши равишҳои методии арзёбии ҷараёни ташаккули стратегияи маркетингӣ ва таҳлили таҷрибаи давлатҳои пешрафтаи хориҷӣ дар самти татбиқи стратегияҳои маркетингии корхонаҳо;
- арзёбии вазъи фаъолияти маркетингӣ дар корхонаҳои ватанӣ ва муайян намудани мушкилоту монеаҳои мавҷуда дар раванди амалисозии он;
- асоснок намудани нақш ва аҳамияти рақибону харидорон дар низоми ташаккулёбии стратегияи маркетингӣ;
- муайян намудани механизмҳои идоракунии татбиқи стратегияи маркетинги корхонаҳо дар шароити муосир;
- исбот намудани зарурати тақмили таҳқиқоти маркетингӣ баҳри таъмини самаранокии стратегияи маркетингӣ дар шароити муосир;
- таҳияи пешниҳодҳо ва тавсияҳо оид ба коркард ва татбиқи стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти корхонаҳои ватанӣ.

6. Аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқоти диссертатсионӣ дар таҳлили ҷанбаҳои назариявӣ ва дар асоси он коркарди муқаррароти илмӣ баҳри ғанӣ гардонидани концепсияи идоракунии маркетингӣ дар корхонаҳои ватанӣ, ворид намудани саҳеҳӣ ба категорияҳои таҳқиқот, ҳамчунин рушди асосҳои илмӣ коркарди стратегияи маркетингӣ дар раванди ҳоҷагидории субъектҳои иқтисодӣ, ки барои мустаҳкам намудани рақобатнокии онҳо мусоидат мекунад, зоҳир мегардад. Он пеш аз ҳама ба рушди назария ва амалияи маркетингӣ дар илми иқтисодиёти ватанӣ мусоидат менамояд.

Аҳамияти амалии таҳқиқот дар он инъикос мегардад, ки муқаррароти илмӣ коркардшуда, хулосаву тавсияҳои илмӣ бадастомада ва

пешниҳодшуда барои баланд бардоштани самаранокии истифодабарии захираҳои истеҳсоли, идора намудани ғоиданокии корхонаҳои ватанӣ дар каламрави ҷумҳурии мусоидат менамоянд ва дар ғаъолияти амалии корхонаҳои ватанӣ мавриди истифода қарор гирифта метавонанд.

7. Мутобиқати диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ.

Таҳқиқоти илмӣ дар заминаи Ғеҳристи ихтисосҳои илмӣ, ки аз ҷониби Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тасдиқ гардидааст, ба анҷом расонида шуда, он бо шиносномаи ихтисоси 08.00.10 – Менечмент, маркетинг ва нархгузори мувофиқат менамояд: банди 1. Ақидаҳои назариявӣ ба табиат ва моҳияти маркетинг, асосҳои ташаккул ва рушди он дар мамлакатҳои тараққикарда ва рушди он дар мамлакатҳои дорои иқтисодиёти навъи бозорӣ; банди 3. Асосҳои назариявӣю методологии таҳқиқоти маркетингӣ. Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг. Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти маркетингии бозорҳои молу хизматрасониҳо; банди 14. Стратегияи густариши сарҳадҳои бозор ва стратегияи диверсификатсия; банди 18. Асосҳои маркетингии баланд бардоштани рақобатпазирии молҳо/ташкilot, стратегия ва тактикаи пешбурди муборизаи рақобатӣ. Рақобати нархӣ/ғайринархӣ дар бозори молу хизмат.

8. Тасвиб ва амалисозии натиҷаҳои кори илмӣ. Муқаррароти илмӣ ва натиҷаҳои рисолаи диссертатсионӣ дар конференсияҳои илмӣ-амалии байналмилалӣ, ҷумҳуриявӣ, байнидонишгоҳӣ ва донишгоҳӣ дар солҳои 2022 – 2024 муҳокима ва маъруза карда шудаанд. Аз ҷумла, дар Конфронси байналхалқии илмию амалии “Технологияҳои иттилоотӣ, шабака ва телекоммуникатсия” (29-30 апрели соли 2022, Ургенч, Ёзбекистон); конференсияи байналмилалии илмӣ-методии «Бизнеси байналмилалӣ: таъсисёбӣ, муаммоҳои инноватсионӣ» (27-28 апрели соли 2022, Полтава, Украина); конфронси байналмилалии илмӣ-методии «Бизнеси байналмилалӣ: таъсисёбӣ, муаммоҳои инноватсионӣ» (27-28 апрели соли 2023, Полтава, Украина); конфронси байналхалқии илмию

амалии “Хонишҳои V – уми Артуҷ” бахшида ба “Масоили мубрами илмҳои педагогӣ, иҷтимоӣ-гуманитарӣ ва фанҳои дақиқ дар замони муосир” (4-6 июли соли 2023, Панҷакент) пешниҳод гардида, нашр шудаанд.

Аз рӯи натиҷаҳои тадқиқот 7 мақолаи илмӣ, аз он ҷумла 3 мақола дар маҷаллаҳои аз тарафи КОА назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон эътирофшуда ҷоп карда шудааст.

Феҳрасти интишорот аз рӯи мавзӯи диссертатсия дар нашрияҳо ва маҷаллаҳои илмӣ тақризшудаи КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон:

[1-М]. Юсупов Ғ.Ғ. Мавқеи истифодаи технологияҳои муосири тадқиқоти маркетингӣ дар самти амалигардонидани ҳадафҳои стратегияи рушди корхонаҳо [Матн] / Юсупов Ғ.Ғ. Раҳматов Б.Б. // Паёми Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон. Илмҳои иқтисодӣ, соҳибкорӣ ва соҳаи иҷтимоӣ – Душанбе, 2024. - №1 (51),– С.273-279 (ISSN 2308-054X);

[2-М]. Юсупов Ғ.Ғ. Таҷрибаи давлатҳои ҷаҳон дар ташкили фаъолияти маркетингии корхона [Матн] / Юсупов Ғ.Ғ. // Паёми Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон. Илмҳои иқтисодӣ, соҳибкорӣ ва соҳаи иҷтимоӣ – Душанбе, 2023. - №1 (45),– С. 123- 128 (ISSN 2308-054X);

[3-М]. Юсупов Ғ.Ғ. Таҳаввулот ва баъзе аз нуктаҳои назариявии дурнамои маркетингии корхона [Матн] / Юсупов Ғ.Ғ. // Ахбори академияи миллии илмҳои Тоҷикистон. Шӯбаи илмҳои иқтисодӣ. – Душанбе. 2023. - №3 – С. 102-107 (ISSN 2077-4974);

II. Мақолаҳои илмӣ, ки дар маҷмӯъҳо ва дигар нашрияҳои илмӣ-амалӣ ҷоп шудаанд:

[4–М]. Юсупов Ғ.Ғ. Сущность маркетинговой стратегии и ее роль в развитии предприятий [Текст] / Юсупов Ғ.Ғ. // Конфронси байналхалқии илмӣю амалии “Иттилооти технология, шабака ва телекоммуникатсия” (29-30 апрели соли 2022), Ургенч, Ўзбекистон; С. 256-259

[5–М]. Юсупов F.F. The essence of marketing strategu and its role in the development of enterprises [Text] / Юсупов F.F. // Конфронсияи байналмилалии илмӣ-методии «Бизнеси байналмилалӣ: таъсисёбӣ, муаммоҳои инноватсионӣ» (27-28 апрели соли 2022), Украина, Полтава; С. 119-123

[6–М]. Юсупов F.F. Digitalization of the marketing activity of the enterprise and its prospective directions [Text] / Юсупов F.F. // Конфронси байналмилалии илмӣ-методии «Бизнеси байналмилалӣ: таъсисёбӣ, муаммоҳои инноватсионӣ» (27-28 апрели соли 2023), Украина, Полтава; С. 179-182

[7–М]. Юсупов F.F. Экономическая содержание налогового потенциала в современных моделях развития цифровой экономики. [Текст] / Юсупов F.F. // Конфронси Ҷумҳуриявии илмӣ-амалӣ «Ташаккулёби ва рушди иқтисодиёти рақами дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: дурнамо ва тамоюли он» (ДИС ДДТТ, Хуҷанд, 2022). – С. 69-74

[8–М]. Юсупов F.F. Моҳияти стратегияи маркетингӣ ва нақши он дар рушди корхонаҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон [Матн] / Юсупов F.F. // Конфронси байналхалқии илмию амалии “Хонишҳои V – уми Артуҷ” бахшида ба “Масоили мубрами илмҳои педагогӣ, иҷтимоӣ-гуманитарӣ ва фанҳои дақиқ дар замони муосир”, 4-6 июли соли 2023 дар Донишқадаи омӯзгории Тоҷикистон дар шаҳри Панҷакент. С. 214-217

[9–М]. Юсупов F.F. Ташаккулёбии стратегияи маркетингӣ дар таҳқиқи рақибон ва харидорон [Матн] / Юсупов F.F. Раҳматов Б.Б. // Конфронси байналхалқии илмию амалии “Хонишҳои VI – уми Артуҷ” бахшида ба “Масоили мубрами илмҳои педагогӣ, иҷтимоӣ-гуманитарӣ ва фанҳои дақиқ дар замони муосир”, 4-7 июли соли 2024 дар Донишқадаи омӯзгории Тоҷикистон дар шаҳри Панҷакент. С. 172-176

Диссертатсияи Юсупов Ғолибҷон Ғаниевич дар мавзӯи «Ташаккул ва тақмили стратегияи маркетингии корхонаҳои саноатӣ дар иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон» барои дарёфти дараҷаи илмии номзади илмҳои

иқтисодӣ аз руйи ихтисоси 08.00.10 – Менеҷмент, маркетинг ва наrxгузорӣ (Маркетинг) пешниҳод гардидааст.

Хулоса дар чаласаи васеи кафедраи менеҷмент ва маркетинги МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд” тибқи протоколи №2 аз 04 сентябри соли 2024 қабул карда шудааст.

Дар овоздихӣ оид ба масъалаи мазкур 18 нафар аъзои Шӯрои олимон иштирок намуданд. Натиҷаи овоздихӣ чунин ба қайд гирифта шуд: “тарафдор” – 18 нафар, “зид” – нест, “бетараф” – нест.

Натиҷаҳои овоздихӣ тибқи протоколи №2 аз 04 сентябри соли 2024 тасдиқ карда шудаанд.

Раиси чаласа, муdiri кафедраи
менеҷмент ва маркетинги
МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои
Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон
дар шаҳри Хучанд”, н.и.и., дотсент

 Мӯминова Н.Р.

Котиби чаласа, муаллими калони
кафедраи менеҷмент ва маркетинги
МДТ “Донишкадаи иқтисод ва савдои
Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон
дар шаҳри Хучанд”

 Хусаинова М.К.

Имзои Мӯминова Н.Р. ва Хусаинова М.К. ро тасдиқ менамоям.

Муdiri шуъбаи кадрҳо ва корҳои
махсуси МДТ “Донишкадаи иқтисод
ва савдои Донишгоҳи давлатии
тиҷорати Тоҷикистон дар шаҳри Хучанд”



 Маҳмудов Ш.У.

Суроға:
735700, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
Вилояти Суғд, ш. Хучанд,
кӯчаи Исмоилӣ Сомонӣ, 169
тел: +992 (3422) 6-03-21
info@iet.tj