Тақризи

роҳбари илмӣ ба диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич барои дарёфти дараҷаи илмии номзади илмҳои иқтисодӣ рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг), дар мавзуи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: консепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ»

Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич баъди хатми мактаби миёна соли 2007 ба Донишкадаи соҳибкорӣ ва хизмат дохил шуда, онро соли 2012 бо ихтисоси кори бонкӣ хатм намудааст.

Солҳои 2012-2025 дар вазифаҳои ассистент ва муаллими калони кафедраи фаъолияти бонкии Донишкадаи сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон (ҳозира Донишгоҳи байналмилалии сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон) фаъолият кардааст. Ҳамзамон, солҳои 2020-2024 унвонҷӯи кафедраи менеҷмент ва маркетингӣ Донишгоҳи байналмилалии сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон буд.

Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич аз рӯзҳои аввали кор ва фаъолият ҳамчун унвонҷӯ дар фаъолияти илмӣ-таҳқиқотӣ ва раванди таълимии кафедраи фаъолияти бонкии Донишгоҳи байналмилалии сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон фаъолона иштирок намуда, дар мавзуи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: консепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ» таҳқиқот бурдааст. Ӯ дар кори конференсияҳои илмӣ-амалии дар Донишгоҳи байналмилалии сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон ва дигар муассисаҳои таълимию илмии мамлакат баргузоргардида бо маърӯзаҳои илмӣ баромад карда, натиҷаҳои таҳқиқоти худро аз озмоиш гузаронидааст.

Ҳангоми иҷрои кори илмии худ дар интихоб, ҷамъоварӣ ва омӯзиши адабиёти ба мавзуи диссертатсия алоқаманд дараҷаи баланди мустақилиятро нишон дод. Ӯ доир ба паҳлуҳои ҷудогонаи мавзуъ ва бахшҳои асосии диссертатсияи худ 16 мақолаи илмӣ, аз ҷумла 6 мақола дар нашрияҳои тавсиянамудаи КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба нашр расонидааст.

Ҳангоми омода намудани диссертатсия унвонҷӯ саривақт супоришҳои илмиро иҷро мекард ва худро масъулиятшинос нишон дода тавонист. Ҳамаи ин ба ӯ имкон дод, то натиҷаҳои бадастомадаро ҳаматарафа таҳлил намуда ва шарҳ диҳад, истифода бурдани методҳои зарурии таҳқиқотиро мустақилона муайян ва асоснок намояд. Ҳамчунин ӯ ба эродҳо, тавсия ва нишондодҳои роҳбари илмӣ ва муқарризон бо таваҷҷуҳи хоса муносибат карда, саъй

намудааст, ки мавзуи диссертатсияи худро ҳамаҷониба омӯхта ва таҳқиқ кунад.

Дисертатсия таҳқиқот ва таҳлили илмию амалии бисёрсолаи муаллифро доир ба ҷанбаҳои гуногуни ташаккул ва рушди маретинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, консепсияҳо, воситаҳо ва самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ, инчунин таҳияи пешниҳодҳои дахлдорро дар ин самт фаро гирифтааст.

Муаллиф мавзуи диссертатсияро мустақилона интихоб намуда, аҳамияти илмии онро асоснок кардааст. Барои ноил шудан ба ҳадафи таҳқиқот ва иҷрои вазифаҳои ба он алоқаманд, асарҳои илмии олимону иқтисодчиёни ватанӣ ва хориҷӣ, маводи зиёди амалӣ ва омориро истифода кардааст. Аз мазмуни таҳқиқоти анҷомдодашуда бармеояд, ки муаллиф худ мавзуъро дар сатҳи баланди илмӣ баррасӣ намуда, андешаҳои худро вобаста ба масъалаҳои алоҳидаи доираи фарогири диссертатсия баён кардааст. Мухтавои диссертатсия ба номи мавзуъ ва ихтисоси илмии 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) мутобиқ мебошад.

Дар боби якуми диссертатсия муаллиф таҳаввулоти консепсияҳо ва воситаҳои маркетинги бонкӣ, раванди гузариши он аз шакли анъанавӣ ба шакли рақамӣ таҳқиқ намудааст. Равишҳои муосири ташкили маркетинг дар шароити табдили рақамӣ баррасӣ ва таҷрибаи хориҷии рақамикунонии маркетинги бонкӣ аз нигоҳи татбиқи он дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳлил карда шудааст.

Дар боби дуюм вазъи муосири маркетинги рақамӣ дар бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳлил карда шуда, рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои бонкӣ дар муҳити рақамӣ таҳқиқ шудааст. Самаранокии воситаҳои муосири маркетинг арзёбӣ карда шуда, мушкилоти асосӣ дар ин самт муайян карда шудаанд.

Дар боби сеюм стратегияи маркетинги рақамӣ таҳия карда шуда, тавсияҳо барои такмили иртиботи маркетингӣ, аз ҷумла CRM, маркетинг тавассути почтаи электронӣ, ҳадафгирӣ пешниҳод карда шудаанд. Амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ бо назардошти хусусиятҳои хоси Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод карда шудааст.

Бояд қайд кард, ки дар шароити табдили босуръати рақамии бахши бонкӣ, тағйироти куллӣ дар равишҳои ҷалби муштариён ба назар мерасад. Усулҳои анъанавии маркетинг самаранокии худро аз даст дода, ба ҷойи онҳо воситаҳои рақамӣ, ки мавқеъгирии дақиқтар, пешниҳодҳои инфиродӣ ва иртиботи бисёрканалиро фароҳам меоранд, арзи ҳастӣ мекунанд. Барои Ҷумҳурии Тоҷикистон, ки афзоиши бемайлони истифодабарандагони интернет ва хизматрасониҳои мобилӣ мушоҳида мешавад, маркетинги

бонкии рақамӣ ба як воситаи асосии баланд бардоштани рақобатпазирӣ ва тавсеаи дастрасии доираҳои мақсадноки муштариён табдил меёбад.

Сарфи назар аз татбиқи фаъолонаи технологияҳои рақамӣ дар бахши бонкӣ, корбурди стратегии онҳо дар фаъолияти маркетинг нокифоя боқӣ мемонад. Бонкҳо бо мушкилоти мутобиқгардонии таҷрибаи байналмилалӣ, нарасидани кормандони соҳибихтисос, инфрасохтори маҳдуди рақамӣ ва саводнокии пасти молиявии як қисми аҳолӣ дучор меоянд. Ин омилҳо самаранокии маркетинги рақамиро маҳдуд мекунанд ва барои таҳияи стратегияҳо ва амсилаҳои мувофиқ равиши аз ҷиҳати илмӣ асоснокро талаб мекунанд.

Довталаби дараҷаи илмӣ ҳангоми омода намудани диссертатсия асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинги бонкии рақамиро омӯхта, аз асарҳои илмии классикони соҳаи маркетинг ва фаъолияти бонкӣ, муҳаққиқони ватанӣ ва хориҷӣ оид ба назария ва амалияи маркетинги бонкӣ, рушди маркетинги бонкии рақамӣ, инчунин аз таҷрибаи хориҷии рақамикунонии маркетинги бонкӣ истифода намудааст. Диссертатсияи омоданамудаи ӯ сохтори мантиқии хуб дошта, мақсад ва вазифаҳои он дуруст тарҳрезӣ шудаанд, бо забони илмии фаҳмо навишта шуда, хулоса ва пешниҳодҳои муаллиф аз ҷиҳати илмӣ асоснок карда шудаанд.

Натиҷаҳои таҳқиқот дорои аҳамияти баланди назариявӣ ва амалӣ мебошанд. Аҳамияти назариявии таҳқиқот дар амиқтар кардани фаҳмиши илмии моҳият, мухтаво ва унсурҳои сохтории маркетинги бонкии рақамӣ дар заминаи табдили рақамии иқтисодиёт ифода меёбад. Мафҳумҳо ва таснифоти асосӣ равшан карда шуда, равишҳои муосири назариявӣ ва методӣ барои таҳияи стратегияи маркетинг дар муҳити рақамӣ ба низом даровarда мешавад, таъсири рақамикунонӣ ба рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои бонкӣ асоснок карда мешавад. Муқаррароти дар диссертатсия таҳияшуда ба рушди асосҳои илмии маркетинг дар бахши бонкӣ ва васеъ намудани воситаҳои таҳлилии маркетинг дар шароити иқтисоди рақамӣ мусоидат мекунанд. Аҳамияти амалии таҳқиқот дар таҳияи тавсияҳои амалӣ барои бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба истифодаи воситаҳои маркетинги рақамӣ, баланд бардоштани самаранокии иртибот бо муштариён, ташаккули стратегияи маркетинги рақамӣ ва таҳияи амсилаи ҳамкории ҳамаҷониба ифода меёбад. Натиҷаҳои илмӣ, хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия таҳияшуда метавонанд дар фаъолияти маркетингии бонкҳо истифода шаванд.

Ҳамин тариқ, дар асоси гуфтаҳои боло чунин меҳисобем, ки довталаби дараҷаи илмӣ Файзов Н.З. вазифаҳо оид ба расидан ба мақсади таҳқиқотро

иҷро кардааст. Диссертатсияи ӯ таҳқиқоти илмии мантиқан бaанҷомрасида ва мустақилона иҷрошуда, дорои унсурҳои навгонии илмӣ мебошад.

Дисертатсияи омоданамудаи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзуи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: консепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ» ба талаботи КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба омода намудани диссертатсияҳо барои дарёфти дараҷаи илмии номзади илм ҷавобгӯ буда, барои ҳимоя ва дарёфти дараҷаи илмии номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) тавсия дода мешавад.

Роҳбари илмӣ:
номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти
кафедраи баҳисобгирии муҳосибӣ
ва аудити ДБССТ **Каримов Б.Ҳ.**

Имзои н.и.и., дотсент Каримов Б.Ҳ.-ро тасдиқ менамоям:

Сардори раёсати кадрҳо ва корҳои
махсуси Донишгоҳи байналмилалии
сайёҳӣ ва соҳибкории Тоҷикистон **Ҷураев Ш.Н.**