

«Тасдиқ мекунам»

Ректори Донишгоҳи

аграрии Тоҷикистон ба номи

Шириншоҳ Шохтемур,

д.и.к. профессор

Махмадёрзода У.М.

2026 соли 2026



ТАҚРИЗИ

муассисаи пешбар ба диссертатсияи **Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзуй «Рушди маркетинги рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ», барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 -Маркетинг)**

1. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисосҳо ва самтҳои илм, ки аз рӯйи онҳо диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст.

Чуноне, ки аз муҳтавои рисола бармеояд, муқаррароти асосии таҳқиқоти анҷомёфта ба бандҳои зерини Шиносномаи фехристи ихтисосҳои КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи рӯйи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 -Маркетинг): 3. Асосҳои назариявӣ методологии таҳқиқоти маркетингӣ. Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг. Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти маркетингии бозорҳои молу хизматрасониҳо; 7. Низомҳои муосири маркетингӣ. Ташаккул ва рушди низомҳои ҳамгироии иттилоотии маркетингӣ. Сарчашмаҳои иттилоотии маркетингӣ; 14. Раванди коркард ва методҳои татбиқи стратегияи фаъолияти маркетингӣ. Стратегияи густариши сарҳадҳои бозор ва стратегияи диверсификатсия; 19. Коркарди комплекси иртиботи маркетингӣ. Барномаи интернет-пешбурди маҳсулот, ташкилот, тамғаҳо ва брендинг. Ташаккули низоми фурӯши шахсӣ; 24. Фаъолияти маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ. Маркетинги бонкӣ.

2. Мубрам будани мавзуй диссертатсия.

Дар шароити рушди босуръати технологияҳои рақамӣ ва густариши иқтисоди рақамӣ, низоми бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон низ ба марҳилаи нави навсозӣ ва рақамикунонӣ ворид гардидааст. Татбиқи технологияҳои

муосири иттилоотию коммуникатсионӣ, рушди хизматрасониҳои бонкии фосилавӣ, афзоиши истифодаи интернет ва дастгоҳҳои мобилӣ, инчунин тағйирёбии талабот ва рафтори мизочон зарурати таҷдиди равишҳои анъанавии маркетинги бонкиро ба миён овардааст. Дар чунин шароит маркетинги бонкии рақамӣ ба яке аз воситаҳои асосии ҷалби мизочон, баланд бардоштани рақобатпазирии бонкҳо ва таъмини рушди устувори онҳо табдил меёбад.

Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ-Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон дар Паёми навбатии худ ба Маҷлиси Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон 16 декабри соли 2025 ба зарурати татбиқи муассири технологияҳои рақамӣ дар иқтисодиёти кишвар таъкид намуда, аз ҷумла қайд намуданд: “Пешрафти босуръати технологияҳои рақамӣ ва тавсеаи имкониятҳои зехни сунъӣ дар ҷаҳони муосир тақозо менамояд, ки ин дастовардҳо дар ҳама соҳаҳо самаранок истифода гардида, ба манбаи иловагии рушди иқтисодӣ ва содироти хизматрасонӣ табдил дода шаванд”. Вобаста ба ин дар назди Парлумони кишвар ва мақомоти дахлдор, аз ҷумла Вазорати молия ва Бонки миллӣ вазифаҳои мушаххас гузошта шуданд.

Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон сатҳи рушди маркетинги бонкии рақамӣ ханӯз пурра ба талаботи иқтисоди рақамӣ ҷавобгӯ нест. Бо вучуди афзоиши шумораи хизматрасониҳои рақамӣ, аз ҷумла бонкинги мобилӣ, интернет-банкинг, пардохтҳои электронӣ ва ҳамёнҳои рақамӣ, истифодаи васеи воситаҳои маркетинги рақамӣ, технологияҳои таҳлили маълумот, CRM-системаҳо ва воситаҳои ҳадафгирии маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳо маҳдуд боқӣ мемонад. Ин ҳолат ба самаранокии фаъолияти маркетингӣ, сатҳи ҷалби мизочон ва рақобатпазирии муассисаҳои қарзӣ таъсири манфӣ мерасонад. Аз ҷониби дигар, рушди босуръати бозори хизматрасониҳои молиявӣ, пайдоиши ширкатҳои финтех, густариши рақобат байни ташкилотҳои молиявӣ ва баланд гардидани интизориҳои истеъмолкунандагон масъалаи таҳияи концепсияҳо ва воситаҳои нави маркетинги рақамиро барои бонкҳо ба яке аз самтҳои муҳими таҳқиқоти

илмӣ ва амалӣ табдил додааст. Дар ин замина омӯзиши таҷрибаи пешрафтаи ҷаҳонӣ ва муайян намудани имкониятҳои мутобиқсозии он ба шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон аҳаммияти махсус пайдо мекунад.

Ҳамзамон, нокифоя будани таҳқиқоти комплексӣ оид ба масъалаҳои ташаккул, рушд ва арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон алоқаманд мебошад. Аксари таҳқиқотҳои мавҷуда ба масъалаҳои умумии маркетинги бонкӣ ё рақамикунонии фаъолияти бонкҳо бахшида шуда, масъалаҳои таҳияи стратегияҳои маркетинги рақамӣ, истифодаи воситаҳои муосири иртиботи маркетингӣ ва арзёбии натиҷабахшии онҳо дар шароити миллӣ ба таври кофӣ таҳлил нашудаанд.

Илова бар ин, натиҷаҳо ва тавсияҳои пешниҳодшуда метавонанд барои такмили сиёсати маркетингии бонкҳо, баланд бардоштани самаранокии истифодаи технологияҳои рақамӣ, беҳтар намудани сифати хизматрасонӣ, зиёд намудани сатҳи ҷалби мизочон ва рушди хизматрасониҳои рақамии бонкӣ истифода шаванд. Ҳамзамон, хулосаҳои таҳқиқот метавонанд дар таҳияи стратегияҳои рушди иқтисоди рақамӣ, низоми молиявӣ ва бозори хизматрасониҳои бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон низ мавриди истифода қарор гиранд.

Аз ин рӯ, таҳқиқи масъалаҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, муайян намудани концепсияҳо, воситаҳо ва роҳҳои баланд бардоштани самаранокии он аз ҷиҳати назариявӣ ва амалӣ муҳим ва саривақтӣ мебошад. Маҳз ҳамин омилҳо мубрамият ва аҳамияти махсуси мавзӯи диссертатсионии Файзов Н.З.-ро муайян намуда, зарурати анҷом додани таҳқиқоти ҳамаҷонибаро дар ин самт асоснок менамоянд.

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

Навгонии илмии диссертатсия дар таҳияи асосҳои концептуалӣ ва методологии рушди маркетинги бонкии рақамӣ, муайян намудани қонуниятҳо ва тамоюлҳои ташаккули он дар шароити иқтисоди рақамӣ,

инчунин пешниҳод намудани механизмҳои амалии баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингии бонкҳо дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ифода меёбад. Муаллиф равиши комплекси рушди маркетинги рақамиро пешниҳод намудааст, ки ҳамгироии технологияҳои рақамӣ, идоракунии муносибатҳо бо мизочон ва стратегияҳои муосири иртиботи маркетингиро дар бар мегирад. Ба натиҷаҳои муҳимтарини таҳқиқоти диссертатсионӣ, ки навгонии илмии онро муайян мекунанд, фарогири нуктаҳои зерин мебошанд:

- дар натиҷаи таҳқиқ муайян гардидааст, ки дар шароити иқтисоди рақамӣ маркетинги бонкӣ аз вазифаи анъанавии пешбурди хизматрасониҳо берун рафта, ба низоми ҳамачонибаи ташаккул ва идоракунии муносибатҳои дарозмуддат бо мизочон табдил ёфтааст. Муаллиф маркетинги бонкии рақамиро ҳамчун маҷмӯи механизмҳо, технологияҳо ва воситаҳои рақамӣ маънидод менамояд, ки тавассути онҳо бонкҳо метавонанд талаботи муштарӣро дар вақти воқеӣ омӯзанд, хизматрасониҳои фардӣ пешниҳод намоянд ва сатҳи рақобатпазирии худро баланд бардоранд. Ин равиш имконият медиҳад, ки маркетинги рақамӣ на ҳамчун унсури алоҳида, балки ҳамчун қисми ҷудонашавандаи низоми идоракунии стратегӣ арзёбӣ гардад (с. 34).

- таҳқиқот нишон дод, ки рушди маркетинги рақамӣ натиҷаи таъсири мутақобилаи омилҳои технологӣ, иқтисодӣ, иҷтимоӣ ва институтсионалӣ мебошад. Дар асоси таҳлили назарияҳои муосири маркетинг ва иқтисоди рақамӣ механизми рушди маркетинги бонкии рақамӣ пешниҳод гардид, ки вобастагии он аз сатҳи рақамикунонии иқтисодиёт, инфрасохтори рақамӣ, дастрасии аҳоли ба интернет ва омодагии ташкилотҳои қарзӣ ба истифодаи технологияҳои муосирро нишон медиҳад (с. 39).

- дар таҳқиқот воситаҳои маркетинги рақамӣ вобаста ба ҳадаф ва самти истифода ба гурӯҳҳои алоҳида ҷудо карда шудаанд. Ба онҳо маркетинги мобилӣ, маркетинги шабакаҳои иҷтимоӣ, маркетинги мухтавоӣ, маркетинги ҷустуҷӯӣ, маркетинги почтаи электронӣ, технологияҳои ҳадафگیرӣ ва CRM-системаҳо дохил мешаванд. Асоснок

карда шудааст, ки истифодаи ҳамгирошудаи ин воситаҳо метавонад хароҷоти ҷалби муштариёнро коҳиш дода, самаранокии фаъолияти маркетинги баланд бардорад (с. 42).

- таҳлил нишон дод, ки дар солҳои охир дар Ҷумҳурии Тоҷикистон рушди хизматрасониҳои рақамии бонкӣ тамоюли мусбат дошта бошад ҳам, истифодаи пурраи имкониятҳои маркетинги рақамӣ ҳанӯз маҳдуд мебошад. Мушкилоти асосӣ бо сатҳи нокифояи инфрасохтори рақамӣ, маҳдуд будани истифодаи таҳлилии маълумотҳои калон, камбудии мутахассисони соҳавӣ ва паст будани сатҳи саводнокии рақамии қисми муайяни аҳоли алоқаманд мебошад (с. 56).

- дар асоси таҳқиқоти эмпирикӣ муайян карда шудааст, ки интихоби хизматрасониҳои бонкӣ аз ҷониби мизочон пеш аз ҳама аз омилҳои эътимоднокӣ, амнияти рақамӣ, осонии истифодаи барномаҳои мобилӣ, суръати анҷомдиҳии амалиётҳо ва сифати хизматрасонӣ вобаста мебошад. Муаллиф қайд исбот кардааст, ки бо афзоиши сатҳи рақамгардонии ҷомеа талабот ба хизматрасониҳои бонкии онлайн мунтазам зиёд гардида, нақши филиалҳои анъанавӣ тадриҷан коҳиш меёбад (с. 75).

- муаллиф низоми нишондиҳандаҳоро барои арзёбии натиҷабархшии маркетинги рақамӣ пешниҳод намудааст, ки нишондиҳандаҳои молиявӣ, маркетингӣ ва иҷтимоиро дар бар мегирад. Ин методика имконият медиҳад, ки самаранокии маърақаҳои маркетингӣ аз рӯи шумораи муштариёни нав, сатҳи нигоҳдории муштариён, арзиши ҷалби як муштарӣ, сатҳи табдилдиҳӣ ва афзоиши даромад аз хизматрасониҳои рақамӣ баҳогузорӣ карда шавад (с. 82).

- дар натиҷаи омӯзиши таҷрибаи кишварҳои пешрафта муайян карда шудааст, ки истифодаи технологияҳои зеҳни сунъӣ, таҳлилии маълумотҳои калон, автоматизатсияи равандҳои маркетингӣ ва фардисозии хизматрасониҳо метавонад ба баланд гардидани самаранокии фаъолияти бонкҳо мусоидат намояд. Ҳамзамон, муаллиф қайд мекунад, ки татбиқи ин таҷрибаҳо бояд бо назардошти хусусиятҳои иҷтимоию иқтисодӣ ва имкониятҳои инфрасохтори Тоҷикистон амалӣ гардад (с. 96).

- стратегияи пешниҳодшуда ба рушди каналҳои рақамии хизматрасонӣ, истифодаи технологияҳои муосири таҳлили маълумот, сегментатсияи бозор, шахсисозии хизматрасониҳо ва густариши иртиботи рақамӣ бо мизочон асос ёфтааст. Татбиқи он метавонад барои афзоиши шумораи истифодабарандагони хизматрасониҳои рақамӣ ва баланд гардидани рақобатпазирии банкҳо мусоидат намояд (с. 125).

- дар диссертатсия механизми нави ҳамгирии CRM-системаҳо, маркетинги почтаи электронӣ, маркетинги мобилӣ ва технологияҳои ҳадафгирӣ аз ҷониби муаллиф пешниҳод карда шудааст, ки ба баланд шудани сифати хизматрасонӣ, ташаккули муносибатҳои устувор бо муштарӣ ва зиёд шудани сатҳи вафодории онҳо мусоидат менамояд (с. 143).

- амсилаи пешниҳодшуда робитаи байни инфрасохтори рақамӣ, фаъолияти маркетингӣ, рафтори истеъмолкунандагон ва натиҷаҳои иқтисодии фаъолияти банкҳоро инъикос менамояд. Муаллиф исбот намудааст, ки татбиқи ин амсила метавонад ба афзоиши ҳиссаи хизматрасониҳои рақамӣ, баланд гардидани сатҳи каноатмандии мизочон, коҳиш ёфтани хароҷоти амалиётӣ ва таҳкими мавқеи рақобатии банкҳои ватанӣ дар бозори молиявӣ мусоидат намояд (с. 177).

4. Саҳми илмӣ довталаб дар ҳалли масъалаи илмӣ ё коркарди муаммоҳои илмӣ бо арзёбии аҳамияти он

Саҳми шахсии довталаб дар таҳқиқот дар таҳия ва рушди асосҳои назариявӣю методологии маркетинги банкии рақамӣ, муайян намудани қонуниятҳо ва хусусиятҳои ташаккули он дар шароити табилии рақамии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон, инчунин асоснок намудани роҳҳои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингии муассисаҳои банкӣ, интиҳоби усулҳои мувофиқи тадқиқот ва ба даст овардани натиҷаҳои илмӣ нав ифода меёбад.

Дар чараёни таҳқиқот довталаб мустақилона таҳлили назариявии масъалаҳои марбут ба концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокии маркетинги

бонкии рақамиро анҷом дода, хусусиятҳо, тамоюлҳо ва қонуниятҳои рушди чунин ҳамкориро дар шароити рушди устувори иқтисодӣ муайян намудааст. Дар чараёни таҳқиқот моҳият ва мазмуни иқтисодии мафҳуми маркетинги бонкии рақамӣ дақиқ карда шуда, хусусиятҳои фарқкунандаи он нисбат ба маркетинги анъанавии бонкӣ муайян гардиданд. Дар ин замина равиши мукаммали концептуалӣ пешниҳод шудааст, ки маркетинги рақамиро ҳамчун унсури муҳими идоракунии стратегӣ ва воситаи ташаккули муносибатҳои устувор бо мизочон арзёбӣ менамояд.

Дар асоси омӯзиши таҳлили вазъ ва арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ, аз ҷониби довтолаб таъсири равандҳои рақамикунонӣ ба фаъолияти маркетингии бонкҳо омӯхта шуда, омилҳои асосии рушди маркетинги рақамӣ дар бахши бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон муайян гардидаанд. Дар асоси таҳлили таҷрибаи байналмилалӣ ва вазъи бозори молиявии кишвар имкониятҳо ва маҳдудиятҳои истифодаи воситаҳои муосири маркетинги рақамӣ асоснок карда шудаанд.

Саҳми муҳими илмии довтолаб инчунин дар таҳияи низоми нишондиҳандаҳои арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ зохир мегардад. Низоми пешниҳодшуда имкон медиҳад натиҷаҳои фаъолияти маркетингӣ аз рӯи нишондиҳандаҳои ҷалби мизочон, сатҳи нигоҳдории онҳо, фаъолнокии каналҳои рақамӣ, самаранокии хароҷоти маркетингӣ ва даромаднокии хизматрасониҳои рақамӣ ба таври комплексӣ баҳогузорӣ карда шаванд.

Аз ҷониби довтолаб таҳлили ҳамҷонибаи нишондиҳандаҳои иқтисодӣ, санадҳои меъёрии ҳуқуқӣ, барномаҳои давлатӣ ва таҷрибаи пешқадами байналмилалӣ гузаронида шуда, дар ин замина роҳҳои баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ асоснок карда шудаанд. Ҳамчунин, пешниҳодҳои илмӣ ва тавсияҳои амалӣ оид ба тақмили механизмҳои институтсионалӣ, иқтисодӣ ва ташкилии маркетинги бонкии рақамӣ таҳия гардидаанд.

Натиҷаҳои илмии дар диссертатсия бадастомада, хулосаҳо, тавсияҳо ва пешниҳодҳои амалии пешниҳодшуда маҳсули фаъолияти мустақилонаи

илмии довталаб буда, сахми шахсии ўро дар ҳалли масъалаҳои назариявӣ ва амалии концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон инъикос менамоянд.

5. Натиҷаҳои мушаххаси илмӣ (бо нишон додани навлонӣ, аҳамияти илмӣ ва амалии онҳо), ки барои он ба довталаб додани дараҷаи илмии дархостшаванда мумкин аст

Диссертатсияи тақризшаванда аз номгӯи ихтисораҳо, муқаддима, се боб, нух зербоб, хулосаю пешниҳодот ва рӯйхати адабиёт иборат аст. Мухтавои асосии таҳқиқот дар 206 саҳифаи компютерӣ оварда шуда, фарогири 30 ҷадвал ва 14 расм мебошад. Рӯйхати адабиёт аз 179 номгӯи иборат аст.

Дар муқаддима муҳимияти мавзӯи таҳқиқоти диссертатсионӣ ва дараҷаи коркарди он асоснок карда шуда, ҳадаф, вазифаҳо, объект, предмет, фарзияи таҳқиқот, навоариҳои илмӣ, асосҳои назариявӣ ва амалии таҳқиқот мавриди омӯзиш ва таҳқиқ қарор гирифта, дар бораи татбиқи натиҷаҳои қор маълумот дода шудааст.

Дар боби якум – «Асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинги бонкии рақамӣ» (сах. 13-68), таҳаввулоти концепсияҳо ва воситаҳои маркетинги бонкӣ, раванди гузариши он аз шакли анъанавӣ ба шакли рақамӣ таҳқиқ шудааст. 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 диссертатсия муаллиф дар асоси таҳлили васеи адабиёти илмии ватанӣ ва хориҷӣ, санадҳои меъёрӣ ва таҷрибаи байналмилалӣ марҳилаҳои асосии рушди маркетинги бонкиро аз шаклҳои анъанавӣ то моделҳои муосири рақамӣ таҳқиқ намуда, хусусиятҳои фарқкунандаи ҳар як марҳиларо муайян кардааст (с. 18).

Дар диссертатсия таҳаввулоти концепсияҳои маркетинги бонкӣ дар иртибот бо рушди технологияҳои рақамӣ, тағйирёбии рафтори истеъмолкунандагон ва гузариши хизматрасониҳои молиявӣ электронӣ

баррасӣ гардида, заминаҳои назариявии гузариши бонкҳо аз маркетинги анъанавӣ ба маркетинги рақамӣ асоснок шудааст (с. 24).

Инчунин, дар таҳқиқот равишҳои илмӣ оид ба моҳият ва хусусиятҳои маркетинги бонкии рақамӣ, гурӯҳбандии марҳилаҳои асосии таҳаввулоти он ва муайян намудани омилҳои калидии таъсиррасон ба рушди маркетинги рақамӣ дар баҳши бонкӣ асоснок карда шудаанд. Муаллиф дар асоси таҳлилҳои анҷомдода хулоса кардааст, ки рақамикунонии хизматрасониҳои бонкӣ на танҳо воситаҳои маркетингӣ, балки тамоми модели муносибатҳои байни бонк ва муштариро тағйир медиҳад (с. 25-28).

Ҳамзамон, аз ҷониби диссертант робитаи мутақобилаи рушди технологияҳои рақамӣ, рушди инфрасохтори молиявӣ ва такмили стратегияҳои маркетингии бонкҳо асоснок гардида, нақши воситаҳои муосири рақамӣ дар баланд бардоштани сатҳи рақобатпазирии ташкилотҳои қарзӣ муайян шудааст. Ин натиҷаҳо хусусияти мустақили илмӣ дошта, саҳми назарраси муаллифро дар рушди асосҳои назариявии маркетинги бонкии рақамӣ нишон медиҳанд. Таҳлили SWOT-и маркетинги анъанавӣ ва маркетинги рақамӣ дар баҳши бонкӣ анҷом дода шудааст (с. 33).

Муаллиф таъсири табдили рақамиро ба сохтор, вазифа ва механизмҳои ташкили фаъолияти маркетингии бонкҳо ба таври низомнок таҳлил намуда, тағйирёбии нақши маркетингро аз воситаи анъанавии таблиғотӣ ба унсuri стратегии идоракунии муносибатҳо бо муштарӣён нишон додааст. Дар таҳқиқот исбот карда мешавад, ки рақамикунонӣ на танҳо истифодаи технологияҳои нав, балки таҷдиди куллии равандҳои маркетингӣ, фарҳанги корпоративӣ ва низоми қабули қарорҳоро тақозо менамояд (с. 37).

Ҳамчунин, аз ҷониби муаллиф расмҳои таҳлилий ва амсилаҳои муаллифии «Табдили маркетинги бонкӣ дар шароити иқтисодиёти рақамӣ» ва «Амсилаҳо ва равишҳои муосири ташкили маркетинги бонкӣ» таҳия гардидаанд, ки робитаи байни омилҳои технологӣ, ташкиливу идоракунӣ ва натиҷаҳои маркетингиро инъикос менамоянд. Ин амсилаҳо аҳамияти

назариявӣ дошта, метавонанд ҳамчун замина барои таҳқиқоти минбаъда ва таҳияи стратегияҳои маркетингии бонкҳо истифода шаванд (с. 41).

Ҷиҳати муҳими дигар – ин таҳлили таҷрибаи амалии бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон, аз ҷумла ҶСК «Алиф Бонк», ҶСП «Спитамен Бонк», ҶСК «Ориёнбонк», КВД БА ҶТ «Амонатбонк» ва ҶСК «Бонки Эсхата» мебошад. Дар асоси таҳлили фаъолияти онҳо муаллиф сатҳи татбиқи воситаҳои рақамии маркетинг, низомҳои CRM, платформаҳои мобилӣ, технологияҳои автоматикунонӣ ва механизмҳои идоракунии муносибатҳо бо муштариёро арзёбӣ намуда, афзалиятҳо ва маҳдудиятҳои мавҷударо муайян кардааст (с. 42-48).

Қобили зикр аст, ки муаллиф танҳо ба баррасии имкониятҳои рақамикунонӣ маҳдуд нашуда, мушкилоти асосии рушди маркетинги рақамӣ дар баҳши бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистонро низ муайян кардааст. Аз ҷумла, маҳдудиятҳои инфрасохтори рақамӣ, сатҳи нокифояи саводнокии рақамӣ, хавфҳои киберамнияти ва номукаммалии заминаи ҳукуки танзими муносибатҳои рақамӣ ҳамчун омилҳои маҳдудкунандаи рушди маркетинги бонкӣ таҳлил ва арзёбӣ гардидаанд.

Дар натиҷаи таҳлили муқоисавии таҷрибаи кишварҳои Иттиҳоди Аврупо, ИМА, Осиёи Ҷанубу Шарқӣ ва мамлакатҳои ИДМ муаллиф хусусиятҳои асосии рақамикунонии маркетинги бонкиро низомнок намуда, самтҳои калидии рушди он, аз ҷумла маркетинги омниканалӣ, истифодаи технологияҳои Big Data ва зехни сунъӣ, фардисозии пешниҳодҳо, татбиқи низомҳои CRM, рушди экосистемаҳои рақамӣ ва технологияҳои бозиро муайян кардааст (с. 53).

Саҳми мустақили муаллиф дар он ифода меёбад, ки бори аввал барои шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон имконият ва маҳдудиятҳои мутобиқсозии таҷрибаи пешқадами байналмилалӣ арзёбӣ гардида, омилҳои таъсиррасон ба татбиқи маркетинги рақамии бонкӣ гурӯҳбандӣ шудаанд. Аз ҷумла, муаллиф омилҳои инфрасохторӣ, институтсионалӣ, иҷтимоӣ ва технологиро ҳамчун шартҳои асосии татбиқи технологияҳои рақамӣ дар фаъолияти маркетингии бонкҳои ватанӣ муайян намудааст (с. 57).

Ҳамчунин, муаллиф модели мутобиқсозии марҳилавии таҷрибаи хориҷиро барои банкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод намудааст, ки бар принсипҳои маҳаллисозии технологияҳо, мутобиқшавӣ ба имкониятҳои иқтисодӣ ва сатҳи саводнокии рақамии аҳоли асос ёфта, аз нусхабардории мустақими таҷрибаи хориҷӣ фарқ мекунад. Ин равиш метавонад ҳамчун заминаи методӣ барои таҳияи стратегияҳои рақамикунонии маркетинг дар банкҳои ватанӣ истифода гардад (с. 67).

Боби дуюми диссертатсия, ки «Таҳлили вазъ ва арзёбии самаранокии маркетинги банкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» (сах. 69-130) номгузори шудааст, унвонҷӯ таҳлили вазъи муосири маркетинги рақамӣ дар банкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон ва омӯзиши рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои банкӣ дар муҳити рақамиро дар бар мегирад. Арзёбии самаранокии воситаҳои муосири маркетинг пешниҳод ва мушкилоти асосӣ дар ин самт муайян карда шудаанд.

Аз ҷониби муаллиф дар асоси омӯзиши маълумоти оморӣ, санадҳои меъёрии ҳуқуқӣ ва таҷрибаи фаъолияти банкҳои тиҷоратии ҷумҳурӣ марҳилабандии рушди рақамикунонии бахши банкӣ пешниҳод гардида, хусусиятҳои ҳар як марҳила ва таъсири онҳо ба ташаккули маркетинги банкии рақамӣ муайян карда шудааст (с. 71).

Ҳамчунин, муаллиф тамоюлҳои асосии рушди маркетинги банкии рақамиро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон муайян намуда, таъсири технологияҳои муосир, аз ҷумла банкдории мобилӣ, Big Data, зеҳни сунъӣ, платформаҳои API ва экосистемаҳои рақамиро ба фаъолияти маркетингии банкҳо арзёбӣ намудааст (расми 2.3. с. 81).

Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мушкилоти калидии рушди маркетинги банкии рақамӣ аз нуқтаи назари маркетингӣ ва инфрасохторӣ гурӯҳбандӣ гардида, таъсири онҳо ба самаранокии фаъолияти маркетингии банкҳо муайян карда шудааст. Дар ин замина чадвали муаллифӣ монеаҳои асосии рақамикунонӣ ва таъсири онҳо ба маркетинги банкии рақамӣ таҳия шуда, барои ҳар як мушкилот роҳҳои амалии бартарафсозӣ пешниҳод гардидааст (с. 89). Илова бар ин, муаллиф вобастагии байни сатҳи рушди

инфрасохтори рақамӣ, саводнокии рақамии аҳоли, эътимод ба хизматрасониҳои электронӣ ва самаранокии маркетинги бонкии рақамиро асоснок намуда, самтҳои афзалиятноки такмили минбаъдаи фаъолияти маркетингии бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистонро муайян кардааст.

Муаллиф таҳқиқоти ҳамачонибаи хусусиятҳои рафтори муштариеи бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистонро дар шароити рақамикунонии иқтисодӣ анҷом дода, на танҳо тамоюлҳои умумии рушди хизматрасониҳои рақамии бонкиро ҷамъбаст намудааст, балки дар асоси таҳлили маълумоти омӯрӣ, омӯзиши фаъолияти бонкҳои ватанӣ ва ҷамъбасти натиҷаҳои таҳқиқот профили муосири истеъмолкунандаи рақамии хизматрасониҳои бонкиро барои Ҷумҳурии Тоҷикистон ташаккул додааст (с. 91-94).

Дар таҳқиқот хусусиятҳои асосии рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои бонкӣ дар муҳити рақамии Ҷумҳурии Тоҷикистон муайян ва низомнок карда шудаанд (с. 101), гурӯҳбандии муштариеи аз рӯи хусусиятҳои иҷтимоӣ-демографӣ ва рафторӣ пешниҳод гардидааст (103), профилҳои муштариеи, каналҳои афзалиятноки ҳамкорӣ ва шаклҳои самаранокии маркетинг дар муҳити рақамӣ (ҷадвали 2.3, с. 98) аз ҷониби муаллиф таҳия шудаанд. Илова бар ин, алоқамандии ангеҷаҳои истеъмолкунандагон, триггерҳои маркетингӣ ва воқунишҳои бонкҳо дар муҳити рақамӣ муайян ва дар шакли модели амалӣ (ҷадвали 2.4, с. 101), монеаҳои асосии истеъмоли рақамии хизматрасониҳои бонкӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ошкор карда шуда, барои ҳар як монеа тавсияҳои мушаххаси маркетингӣ таҳия шудаанд (ҷадвали 2.5., с. 107). Новобаста аз ин, муаллиф дар таҳқиқот фаҳмишҳои рафтори муштариеи рақамии бонкҳо ва самтҳои асосии такмили стратегияҳои маркетингии рақамӣ дар асоси рафтори воқеии истеъмолкунандагон асоснок намудааст, ки ашамияти илмию амалӣ дорад (с. 111).

Натиҷаҳои бадастомада аҳамияти назариявӣ ва амалӣ дошта, метавонанд ҳангоми таҳияи стратегияҳои маркетинги рақамӣ, сегментатсияи муштариеи, фардикунонии пешниҳодҳои бонкӣ ва баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингии ташкилотҳои қарзии

Ҷумҳурии Тоҷикистон истифода шаванд. Дар умум, масъалаҳои мазкур бо сатҳи баланди таҳлил, истифодаи васеи маълумоти оморӣ ва пешниҳоди хулосаҳои мустақили илмӣ фарқ намуда, саҳми назарраси муаллифро дар рушди асосҳои назариявӣ амалии маркетинги бонкии рақамӣ инъикос менамояд.

Муаллиф дар асоси омӯзиши таҷрибаи байналмилалӣ ва таҳлили фаъолияти бонкҳои пешрафтаи кишвар низоми гурӯҳбандии нишондиҳандаҳои самаранокии маркетинги рақамиро пешниҳод намудааст. Дар доираи ин равиш нишондиҳандаҳои молиявӣ, аз ҷумла афзоиши пойгоҳи муштарӣ, афзоиши даромад, коэффисиенти табдил (конверсия), арзиши ҷалби муштарӣ (CAC) ва арзиши умри муштарӣ (CLV), инчунин нишондиҳандаҳои ғайримолиявӣ, аз қабили сатҳи каноатмандӣ ва садоқатмандии муштарӣ, дараҷаи ҷалбшавӣ, обрӯи онлайнӣ ва сифати хизматрасонии рақамӣ ба низоми ягона ворид карда шудаанд (с. 117).

Инчунин, таҳияи таснифи нишондиҳандаҳои асосии самаранокии маркетинги рақамӣ дар бахши бонкӣ (расми 2.5), таҳияи ҷадвалҳои методии арзёбии нишондиҳандаҳои молиявӣ ва ғайримолиявӣ (ҷадвалҳои 2.6 ва 2.7), инчунин ҷамъбасти ва низомнок намудани усулҳои амалкунандаи арзёбӣ дар бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон (ҷадвали 2.8) дар сатҳи баланди илмӣ-амалӣ омода ва таҳия гардиданд (с. 117- 123).

Арзиши илмӣ таҳқиқот инчунин дар ошкор намудани гурӯҳҳои асосии мушкилот ва маҳдудиятҳои арзёбии маркетинги рақамӣ дар бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон зоҳир мегардад. Муаллиф маҳдудиятҳоро ба гурӯҳҳои методологӣ, технологӣ, кадрӣ, ташкилӣ ва мушкилоти вобаста ба муҳити берунӣ ҷудо намуда, таъсири онҳоро ба самаранокии фаъолияти маркетингӣ асоснок намудааст. Натиҷаҳои мазкур дар ҷадвали 2.9 ҷамъбасти гардида, заминаи илмӣ барои такмили низоми идоракунии маркетинги рақамӣ фароҳам меоранд (с. 126).

Ҳамин тариқ, саҳми муаллифи диссертатсия дар таҳияи асосҳои методологии арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ,

мутобиксозии нишондиҳандаҳои байналмилалии КРІ ба шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон, таҳлили таҷрибаи бонкҳои миллӣ ва асоснок намудани самтҳои такмили низоми арзёбии маркетинги рақамӣ ифода ёфта, барои рушди минбаъдаи назария ва амалияи маркетинги бонкии рақамӣ аҳамияти назаррас дорад.

Боби сеюм – «Самтҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» (саҳ. 131-) номгузорӣ шуда, он дарбаргирандаи масъалаҳои таҳияи стратегияи маркетинги рақамӣ ва тавсияҳоро барои такмили иртиботи маркетингӣ (CRM, маркетинг тавассути почтаи электронӣ, ҳадафгирӣ) бахшида шуда, муаллиф амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ бо назардошти хусусиятҳои хоси Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳлилу арзёбӣ қарор додааст.

Дар таҳқиқот хусусиятҳои рушди бозори хизматрасониҳои бонкӣ ва сатҳи камолоти рақамии муштариён дар Ҷумҳурии Тоҷикистон амсилаи мутобикшудаи таҳияи стратегияи маркетинги рақамии бонкҳо аз ҷониби муаллиф пешниҳод гардидааст (с. 135). Дар муқоиса бо равишҳои мавҷуда, стратегияи пешниҳодшуда на танҳо масъалаҳои пешбарии хизматрасониҳоро, балки идоракунии таҷрибаи муштариён, истифодаи таҳлили маълумот, нишондиҳандаҳои калидии самаранокӣ ва ҳамгироии маркетингро бо равандҳои табдили рақамии фаъолияти бонкӣ фаро мегирад.

Ҳамчунин, низоми нишондиҳандаҳои калидии самаранокӣ (КРІ) барои арзёбии натиҷаҳои маркетинги рақамии бонкҳо, пешниҳод намудани технологияҳои стратегияи мутобикшуда ба шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон, илова бар ин дар таҳияи амсилаи концептуалии монеаҳои банақшагирии стратегияи маркетинги бонкии рақамӣ асоснок карда шудааст. Муаллиф вобастагии байни маҳдудиятҳои институтсионалӣ, ташкилӣ ва инфрасохториро асоснок намуда, роҳҳои амалии бартарафсозии онҳоро пешниҳод кардааст (с. 137-146).

Дар таҳқиқот амсилаи мукаммали низоми иртиботи маркетингии рақамӣ асоснок карда шудааст, ки дар меҳвари он истифодаи технологияҳои CRM ҳамчун унсури ҳамгирокунандаи ҳамаи каналҳои муошират қарор дорад. Муаллиф нақши CRM-ро ҳамчун воситаи марказии ҷамъоварӣ, таҳлил ва истифодаи маълумоти муштариён асоснок намуда, робитаи функционалии он бо маркетинги почтаи электронӣ, мессенҷерҳо, огоҳиҳои рақамӣ ва механизмҳои ҳадафгириро нишон додааст (с. 148).

Ҳамчунин, марҳилаҳои татбиқи низоми CRM дар шароити бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон низомнок ва мутобиқ гардонида шуда (с. 152), таҳлили муқоисавии сатҳи истифодаи воситаҳои CRM дар бонкҳои тижоратии мамлакат анҷом дода шуда, мушкилоти асосии рушди онҳо муайян гардидаанд (с. 155).

Қайд карда мешавад, ки асоснок намудани принципҳои методологии амсила, аз ҷумла принципҳои ҳамгирӣ, мутамарказ ба муштарӣ, таҳлилӣ, мутобиқатӣ, технологӣ ва самаранокӣ зохир мегардад. Муаллиф сохтори сесатҳаи амсиларо пешниҳод кардааст, ки сатҳҳои технологию инфрасохторӣ, иртиботию муҳтавоӣ ва таҳлилию идоракуниро дар низоми ягона муттаҳид менамояд (с. 171).

Муаллиф таъкид мекунад, ки механизми арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ бо истифода аз маҷмуи нишондиҳандаҳои молиявӣ ва ғайримолиявӣ, инчунин пешниҳод намудани шохисҳои муттаҳидшудаи камолоти маркетинги рақамӣ, самаранокии иртибот ва ҳамкориҳои рақамиро ифода менамояд. Муаллиф барои татбиқи амсила равиши сценариявиро пешниҳод намудааст, ки вобаста ба сатҳи рақамикунонии бонкҳо истифодаи фасеҳ ва мутобиқшавандаи онро таъмин менамояд (с. 175).

Бояд ҳаминро қайд намуд, ки натиҷаҳои бадастомада аҳамияти назариявӣ ва амалӣ дошта, метавонанд аз ҷониби бонкҳои тижоратӣ ҳангоми таҳия ва татбиқи стратегияҳои маркетинги рақамӣ, инчунин аз

ҷониби мақомоти танзимкунанда дар такмили сиёсати рушди хизматрасониҳои рақамии молиявӣ истифода шаванд.

Дарачаи саҳеҳии натиҷаҳои таҳқиқот бо истифода аз усулҳои махсус дар рафти иҷрои диссертатсия, боэътимодии маълумот, ҳаҷми кифояи маводи таҳқиқшуда, коркарди омории натиҷаҳои таҳқиқот, маърузаҳо дар конференсияҳои илмию амалӣ тасдиқ мешаванд.

6. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳо дар диссертатсия

Диссертатсияи тақризшаванда, дар умум аз рӯйи сохтор, мазмун, ва муаррифии мантиқӣ ба мақсад ва вазифаҳои гузошташудаи таҳқиқот пурра мувофиқат мекунад.

Дар диссертатсия масъалаҳои концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таври мантиқӣ ва илмӣ таҳқиқ гардидаанд. Муаллиф дар раванди таҳқиқ асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ оид ба масъалаҳои маркетинги бонкӣ, маркетинги рақамӣ, иқтисоди рақамӣ, идоракунии муносибатҳо бо мизочон, технологияҳои рақамӣ дар баҳши молиявӣ ва рушди хизматрасониҳои бонкӣ мавриди омӯзиш ва таҳлили амиқ қарор додаанд. Ин имконият фароҳам овард, ки заминаҳои назариявӣ ва методологии таҳқиқот ба таври илмӣ асоснок гардида, қонуниятҳо ва тамоюлҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ муайян карда шаванд.

Истифодаи пешниҳодҳо, тавсияҳо ва татбиқи амалии онҳо асоснокӣ ва эътимоднокии натиҷаҳои илмии ба даст овардашудаи диссертатсия мебошанд. Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои гирифташудаи диссертатсияро баҳо дода, бояд қайд намуд, ки дар равиши таҳқиқот миқдори зиёди таҳқиқотҳои илмии олимони ватанию хориҷӣ, Паёмҳо ва суханронҳои Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, маълумоти расмӣ мақомоти давлатӣ ва институтҳои молиявӣ, аз ҷумла маълумоти оморӣ ва таҳлилии Бонки миллии Тоҷикистон, Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, ҳисоботҳои солонаи ташкилотҳои қарзии молиявӣ,

инчунин маводи ташкилотҳои байналмилалӣ молиявӣ ва иқтисодӣ, захираҳои иттилоотӣ шабакаи интернет истифода бурда шудаанд. Ҳангоми таҳқиқ нишондиҳандаҳои рушди хизматрасониҳои рақамӣ бонкӣ, пардохтҳои ғайринақдӣ, истифодаи барномаҳои мобилӣ ва дигар нишондиҳандаҳои муҳими фаъолияти бозори хизматрасониҳои молиявӣ таҳлил карда шудаанд.

Барои ҳалли вазифаҳои таҳқиқот маҷмӯи усулҳои илмӣ, аз ҷумла усулҳои таҳлил ва таркиб, муқоисавӣ, иқтисодӣ-оморӣ, графикӣ, гурӯҳбандӣ, таҳлили системавӣ ва усулҳои баҳодиҳии самаранокӣ истифода гардидаанд. Истифодаи ҳамзамони усулҳои сифатӣ ва миқдорӣ ба баланд гардидани дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳои бадастомада мусоидат намудааст.

Хулосаҳо ва тавсияҳои пешниҳодшуда натиҷаи бевоситаи таҳлили вазъи воқеии рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон буда, ба маълумоти воқеӣ, натиҷаҳои таҳқиқоти муаллиф ва омӯзиши таҷрибаи пешрафтаи байналмилалӣ асос ёфтаанд. Муқоисаи натиҷаҳои таҳқиқот бо тамоюлҳои рушди бозори хизматрасониҳои молиявӣ ва таҷрибаи кишварҳои пешрафта дурустии натиҷаҳои илмӣ бадастомадаро тасдиқ менамояд.

Эътимоднокии тавсияҳои амалии пешниҳодшуда инчунин бо мутобиқати онҳо ба шароити иҷтимоӣ-иқтисодӣ, сатҳи рушди инфрасохтори рақамӣ ва хусусиятҳои фаъолияти муассисаҳои бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон асоснок карда мешавад. Пешниҳодҳои таҳияшуда хусусияти амалӣ дошта, метавонанд ҳангоми таҳияи стратегияҳои рушди хизматрасониҳои рақамӣ, такмили фаъолияти маркетингии бонкҳо ва баланд бардоштани самаранокии идоракунии муносибатҳо бо мизочон истифода шаванд.

Дар умум, асоснокии илмӣ, истифодаи манбаъҳои боэътимоди иттилоотӣ, татбиқи усулҳои муосири таҳқиқот ва мутобиқати натиҷаҳои бадастомада ба шароити воқеии фаъолияти бахши бонкии Ҷумҳурии

Тоҷикистон сатҳи баланди эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои диссертатсияро таъмин менамоянд.

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

Аҳамияти илмии натиҷаҳои диссертатсия дар рушди минбаъдаи асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинги бонкии рақамӣ дар шароити иқтисоди рақамӣ ифода меёбад. Дар раванди таҳқиқ мафҳум ва муҳтавои маркетинги бонкии рақамӣ мушаххас гардида, заминаҳои концептуалии ташаккул ва рушди он такмил дода шудаанд. Натиҷаҳои илмии бадастомада метавонанд барои рушди назарияи маркетинги хизматрасониҳои молиявӣ, иқтисоди рақамӣ ва идоракунии фаъолияти маркетингии ташкилотҳои қарзӣ ҳамчун асоси илмӣ истифода шаванд. Ҳамчунин, низоми нишондиҳандаҳои арзёбии самаранокии маркетинги рақамӣ ва амсилаи пешниҳодшудаи баланд бардоштани самаранокии он метавонанд барои таҳқиқоти минбаъдаи илмӣ дар ин самт замина фароҳам оваранд.

Аҳамияти амалии натиҷаҳои диссертатсия дар таҳияи тавсияҳо ва механизмҳои мушаххаси такмили фаъолияти маркетингии муассисаҳои бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон зоҳир мегардад. Тавсияҳои пешниҳодшуда ба рушди стратегияҳои маркетинги рақамӣ, такмили низоми иртиботи маркетингӣ, истифодаи CRM-системаҳо, технологияҳои ҳадафگیرӣ, маркетинги мобилӣ ва дигар воситаҳои муосири рақамӣ равона шудаанд. Натиҷаҳои таҳқиқот метавонанд аз ҷониби бонкҳои тиҷоратӣ, ташкилотҳои қарзии молиявӣ ва дигар иштирокчиёни бозори хизматрасониҳои молиявӣ барои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингӣ ва беҳтар намудани сифати хизматрасонӣ истифода шаванд.

Аҳамияти иқтисодии таҳқиқот дар он ифода меёбад, ки татбиқи пешниҳодҳо ва тавсияҳои таҳияшуда метавонад ба афзоиши шумораи муштарӣён, баланд гардидани ҳаҷми хизматрасониҳои рақамӣ, коҳиш

ёфтани хароҷоти амалиётӣ, беҳтар шудани нишондиҳандаҳои молиявии муассисаҳои бонкӣ ва таҳкими рақобатпазирии онҳо мусоидат намояд. Истифодаи самараноки воситаҳои маркетинги рақамӣ инчунин имконият медиҳад, ки даромаднокии хизматрасониҳои бонкӣ афзоиш ёфта, самаранокии фаъолияти иқтисодии ташкилотҳои қарзӣ беҳтар гардад.

Аҳамияти иҷтимоии натиҷаҳои диссертатсия ба баланд бардоштани сатҳи фарогирии молиявии аҳоли, васеъ гардидани дастрасӣ ба хизматрасониҳои рақамии бонкӣ, беҳтар шудани сифати хизматрасониҳо ва рушди фарҳанги истифодаи технологияҳои рақамӣ дар ҷомеа вобаста мебошад. Татбиқи тавсияҳои пешниҳодшуда метавонад ба афзоиши сатҳи қаноатмандии мизочон, таҳкими эътимоди аҳоли ба низоми бонкӣ ва суръат бахшидан ба равандҳои рақамикунонии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон мусоидат намояд.

8. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшандаи илмӣ

Аз рӯи маводи диссертатсия 16 кори илмӣ, аз он ҷумла 6 мақолаи илмӣ дар маҷаллаҳои илмии аз ҷониби Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон тавсияшуда нашр шудааст.

9. Мутобиқати тахассуси илмии докталаб ба дараҷаи илмӣ

Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич мутахассиси варзида дар соҳаи бонкдорӣ ва маркетинги бонкии рақамӣ буда, имконияти мустақилона ҳал кардани масъалаҳои муҳими илмӣ дар ин самт мебошад ва таҳқиқоти диссертатсионии ӯ ба самти тахассуси унвонҷӯ мутобиқ мебошад. Мавзӯи таҳқиқоти диссертатсионӣ, сохтор ва мазмуни кори иҷрошуда ба талаботҳои муқараршудаи шиносномаи тахассусии 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг), пурра мувофиқат мекунад. Натиҷаҳои илмии бадастовардаи унвонҷӯи дараҷаи илмӣ ба талаботҳои муқараргардида

ҷавобгӯ буда, дар ҳолати амалишавӣ натиҷаҳои мусбиरो ба бор хоҳад овард.

10. Эроду тавсияҳо ба диссертатсия

Новобаста аз дастовардҳои назаррас ва аҳамияти баланди илмӣ-амалии натиҷаҳои бадастомада, дар диссертатсия баъзе нуқтаҳои баҳсталаб ва ҷанбаҳои ҷой доранд, ки ҳамчун эроду тавсияҳои зерин пешниҳод мегарданд:

1. Дар диссертатсия таҳаввулоти концепсияҳо ва воситаҳои маркетинги бонкӣ аз ҷиҳати назариявӣ ба таври муфассал баррасӣ гардида, марҳилаҳо, омилҳо ва воситаҳои гузариш аз маркетинги анъанавӣ ба маркетинги рақамӣ нишон дода шудааст. Сифати амалии кор боз ҳам баланд мегардид, агар муаллиф хусусиятҳои хоси таҳаввулоти маркетинги бонкиро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бо истифода аз маълумоти муқоисавии таърихӣ, нишондиҳандаҳои рушди хизматрасониҳои рақамии бонкӣ ва таҷрибаи бонкҳои ватанӣ васеътар инъикос менамуд.

2. Масъалаҳои истифодаи технологияҳои рақамӣ, аз ҷумла CRM, Big Data ва зехни сунӣ дар диссертатсия муфассал шарҳ дода шудааст, вале таъсири миқдории ин технологияҳо ба нишондиҳандаҳои маркетингӣ (афзоиши қаноатмандии муштарӣ, нигоҳдории муштарӣ, кохиши хароҷоти маркетингӣ ва ғайра) бо маълумоти оморӣ пурра асоснок карда нашудааст.

3. Дар таҳқиқот масъалаҳои хавфҳои киберамният ва ҳифзи маълумоти шахсӣ баррасӣ шудаанд, аммо роҳҳои амалии кохиш додани ин хавфҳо дар фаъолияти маркетингии бонкҳо ба таври муфассал пешниҳод нагардидаанд.

4. Сарфи назар аз таҳлили муфассали нишондиҳандаҳои молиявӣ ва ғайримолиявӣ самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ, муаллиф методикаи баҳодиҳии маҷмӯӣ ё амсилаи интегралӣ арзёбии самаранокии маркетинги рақамиро пешниҳод накардааст. Дар натиҷа, маҷмуи нишондиҳандаҳои баррасишуда хусусияти тавсифӣ дошта, имкони муайян

намудани сатҳи умумии самаранокии маркетинги рақамӣ дар бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон ва муқоисаи онҳо байни ҳам маҳдуд мегардад. Агар таҳияи нишондиҳандаи интегралӣ ё модели ягонаи баҳодихӣ пешниҳод мегардид, аҳамияти амалӣ ва навгонии илмии натиҷаҳои таҳқиқот боз ҳам баланд мегардид.

5. Дар диссертатсия амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ ба таври муфассал таҳия гардида, сохтор, принципҳо ва нишондиҳандаҳои арзёбии он пешниҳод шудаанд. Бо вучуди ин, муаллиф самаранокии амсилаи пешниҳодшударо тавассути санчиши таҷрибавӣ ё ҳисобҳои муқоисавии пеш аз татбиқ ва баъд аз татбиқи амсила дар фаъолияти бонкҳои мушаххас пурра асоснок накардааст.

6. Дар матни диссертатсия баъзе камбудҳои ҷузъии таҳрирӣ, имлоӣ ва техникӣ ба назар мерасанд, ки бартараф намудани онҳо ба беҳтар гардидани сифати таҳрири кор мусоидат менамояд.

Эродҳои зикргардида хусусияти тавсиявӣ дошта, асосан ба такмили минбаъдаи таҳқиқот нигаронида шудаанд ва ба арзиши илмӣ, навгонии илмӣ, аҳамияти назариявӣ ва амалии натиҷаҳои бадастомада таъсири манфӣ намерасонанд.

11. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссия

Диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич ҳамчун кори илмии ба анҷом расида ба ҳисоб рафта, таркиб ва сохтори он бо тавсияву асосноккунӣ дар сатҳи баланди илмӣ – назариявӣ навишта шуда, ба талаботҳои гирифтани дараҷаи илмии номзади илмҳои иқтисодӣ, омода намудани диссертатсия ва ташҳиси диссертатсия дар шурои диссертатсионӣ ва дигар талаботҳои муқаррарнамудаи «Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ» (қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, тахти № 267) ҷавобгу мебошад.

Рисолаи илмии довталаби дараҷаи илмӣ ба меъёрҳои гирифтани дараҷаи илмии номзади илмҳои иқтисодӣ, омода намудани диссертатсия ва санчиши кори диссертатсионӣ дар шурои диссертатсионӣ ва дигар

талаботи Низомномаи шурои диссертатсионӣ, тартиби додани дараҷаҳои илмӣ ва тартиби бақайдгирии давлатии рисолаҳои дифоъшуда, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон №267 аз 30 июни соли 2021 тасдиқ шудааст мутобиқат менамояд.

Кори диссертатсионӣ бо забони фаҳмо бо истилоҳоти қабулшуда навишта шудааст, ороиши диссертатсия тағйиротро талаб намекунад. Автореферат ва мақолаҳои илмӣ ба нашр расондаи унвончу таркиби асосии диссертатсияро дар бар гирифта, натиҷаҳои таҳқиқотро ҳамчун дастоварди нави илмӣ ҳисобидан мумкин аст. Ҷанбаҳои муҳими мундариҷаи қор дар автореферат инъикос ёфтаанд, ки предмети асосии дифоъ мебошанд. Бинобар ин, талабот дар ин бобат дар маҷмӯъ қонун қарда мешавад.

12. Хулосаи ҷамбасти оид ба сазовордонистани доғталаб ба дараҷаи илмӣ

Таҳқиқоти диссертатсионии Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзӯи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: консепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ» таҳқиқоти нав буда, дорои нағғониҳои илмӣ аҳаммияти назариявӣ ва амалидошта мебошад ва яке аз мавзӯҳои нисбатан кам таҳқиқшуда, муғрам ва баҳсталаби доираи илмҳои иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон маҳсуб меёбад.

Диссертатсия ба талаботи Низомномаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг) ба бандҳои 32, 33, 34, 35 ва 37 Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ (қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267) тасдиқшуда ҷавобгӯ буда, дар сатҳи баланди илмию методологӣ омода гардидааст, масъалаи муғрами илмӣ ҳалли худро ёфтааст ва муаллифи он Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич сазовори дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг) мебошад.


Тақризи муассисаи пешбар дар асоси муқаррароти банди 76-79 ва 81-и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, № 7 тасдиқ шудааст, таҳия ва пешниҳод шудааст.

Тақриз аз ҷониби номзади илмҳои иқтисодӣ, дотсенти Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шотемур Ғуломов Ҳуршед Ҳалимович омода гардидааст.

Тақриз дар ҷаласаи кафедраи маркетинг ва агробизнеси Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шотемур муҳокима ва тасдиқ карда шудааст (протоколи № 10 аз 29 майи соли 2026). Дар ҷаласа иштирок доштанд: 9 нафар. Натиҷаҳои овоздиҳии кушод: Тарафдор 9-нафар, Зид - нест, Бетараф - нест.

Раиси ҷаласа:

номзади илмҳои иқтисодӣ,
дотсент

 X.X. Ғуломов

Таъхисгар:

номзади илмҳои иқтисодӣ,
дотсент:

 F.X. Исломов

Котиби ҷаласа, омузгори калон  M.B. Андалибова

Имзоҳои Ғуломов X.X., Исломов F.X. ва Андалибова M.B.-ро тасдиқ мекунам.

Сардори шӯъбаи таъминоти ҳуқуқӣ ва кадрҳои

Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шотемур

Шириншоҳ Шотемур



A.X. Қурбонзода

Суроға: 734003, Ҷумҳурии Тоҷикистон, Душанбе, хиёбони Рӯдакӣ 146, Донишгоҳи аграрии Тоҷикистон ба номи Шириншоҳ Шотемур
Тел.: +992 (37) 224-72-07, факс: (992-37) 224-72-07
E-mail: rectortau31@mail.ru
Сомонаи расмӣ: <http://www.tajagroun.tj>