

Ба шурои диссертациони 6D.KOA-063-и назди Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкори Тоҷикистон, баргузор мегардад. Суроға: 734065, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, хиёбони Борбад 48/5. Почтаи электронӣ: info@iutet.tj.

ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ

доктори илмҳои иқтисодӣ, профессори кафедраи идоракунии молияи давлатӣ ва иқтисоди рақамии Академияи идоракунии давлатии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон Досиев Маҳмадшоҳ Назарович ба диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзӯи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокиӣ», ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) пешниҳод шудааст.

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

Мазмун ва муҳтавои диссертатсия ба бандҳои Шиносномаи номгӯйи ихтисосҳои илмӣ Комиссияи олии аттестациони назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) пурра мутобиқат менамояд. Аз ҷумла, таҳқиқоти анҷомдода самтҳои зеринро фаро мегирад: 3) асосҳои назариявӣ методологияи таҳқиқоти маркетингӣ, усулҳои коркарди масъалаҳои идоракунии маркетинг ва технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти маркетингии бозорҳои молу хизматрасониҳо; 7) низомҳои муосири маркетингӣ, ташаккул ва рушди низомҳои ҳамгирои иттилоотии маркетингӣ, инчунин сарчашмаҳои иттилоотии маркетингӣ; 14) равандҳои таҳия ва татбиқи стратегияҳои фаъолияти маркетингӣ, аз ҷумла стратегияҳои густариши бозор ва диверсификатсия; 19) ташаккул ва рушди комплекси иртиботи маркетингӣ, истифодаи интернет-пешбурди маҳсулот, брендсозӣ ва низомҳои фурӯши шахсӣ; 24) масъалаҳои рушди фаъолияти маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ.

Мавзӯи диссертатсия аз рӯйи мақсад, вазифаҳо, объект, предмет ва муҳтавои таҳқиқот ба самти илмӣ зикршуда комилан мутобиқ буда, ба ҳалли масъалаҳои мубрами назариявӣ, методологияи ва амалии ташаккул ва рушди маркетинги бонкии рақамӣ нигаронида шудааст. Дар ин замина, дар диссертатсия масъалаҳои такмили стратегияҳои маркетингӣ, рушди воситаҳои иртиботи рақамӣ, арзёбии самаранокии фаъолияти маркетингии

бонкҳо ва мутобиқсозии онҳо ба талаботи иқтисоди рақамии муосир дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳқиқ қарор гирифтаанд.

Дар маҷмуъ, метавон қайд намуд, ки самти илмӣ таҳқиқот ба ихтисоси интихобшуда пурра мувофиқ буда, мазмуну муҳтавои он бо талаботи Шиносномаи ихтисоси 5.2 – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) ҳамоҳанг мебошад.

2. Мубрам будани мавзӯи диссертатсия

Дар шароити ташаккули иқтисоди рақамӣ ва рушди босуръати технологияҳои иттилоотӣ коммуникатсионӣ, низоми молиявӣ ва баҳусуҷу фаъолияти бонкӣ ба марҳилаи нави рушд ворид гардидааст. Тағйироти кулӣ дар муҳити рақобатӣ, афзоиши талаботи муштариён ба хизматрасониҳои зуд, дастрас ва инфиродӣ, инчунин, густариши истифодаи шабакаҳои рақамӣ зарурати таҷдиди механизмҳои анъанавии идоракунии ва маркетингиро дар ташкилотҳои қарзӣ ба миён овардааст. Дар чунин шароит маркетинги бонкии рақамӣ ҳамчун яке аз унсурҳои муҳимми идоракунии стратегӣ ва воситаи таъмини барқарорӣ рақобатӣ аҳамияти рӯзафзун пайдо менамояд.

Дар таҷрибаи кишварҳои пешрафта истифодаи технологияҳои рақамӣ дар маркетинги бонкӣ ба баланд гардидани сифати хизматрасонӣ, васеъ шудани пойгоҳи муштариён, коҳиш ёфтани хароҷоти амалиётӣ ва афзоиши даромаднокии муассисаҳои молиявӣ мусоидат намудааст. Дар баробари ин, технологияҳои таҳлили маълумотҳои калон (Big Data), зеҳни сунъӣ (Artificial Intelligence), омӯзиши машинӣ (Machine Learning), системаҳои идоракунии муносибат бо муштариён (CRM), маркетинги мобилӣ ва шабакаҳои иҷтимоӣ ба воситаҳои асосии татбиқи стратегияҳои муосири маркетингӣ табдил ёфтаанд.

Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон солҳои охир рушди иқтисоди рақамӣ ва рақамикунонии хизматрасониҳои молиявӣ ба самти афзалиятноки сиёсати давлатӣ табдил ёфтааст. Қабули барномаҳо ва стратегияҳои давлатӣ оид ба рушди иқтисоди рақамӣ, тавсеаи инфрасохтори рақамӣ ва тақмили низоми пардохтҳои ғайринақдӣ барои рушди хизматрасониҳои бонкии рақамӣ заминаҳои мусоид фароҳам овардааст. Бо вучуди ин, сатҳи истифодаи воситаҳои маркетинги рақамӣ дар фаъолияти аксарияти ташкилотҳои қарзии ҷумҳурӣ ҳанӯз пурра ба талаботи иқтисоди рақамӣ мутобиқ нагардидааст.

Таҳлили фаъолияти бонкҳои ҷумҳурӣ нишон медиҳад, ки масъалаҳои вобаста ба ташаккули стратегияҳои маркетинги рақамӣ, баҳодихии самаранокии каналҳои рақамии коммуникатсионӣ, омӯзиши рафтори рақамии муштариён, истифодаи технологияҳои таҳлили маълумот ва идоракунии муносибат бо муштариён ҳанӯз ба таври кофӣ таҳқиқ нашудаанд. Илова бар ин, сатҳи нобаробари дастрасӣ ба технологияҳои рақамӣ, маҳдудиятҳои инфрасохторӣ, норасоии мутахассисони баландихтисос ва паст будани сатҳи саводнокии рақамии қисми муайяни аҳоли ба рушди маркетинги бонкии рақамӣ таъсири назаррас мерасонанд.

Бо дарназардошти омилҳои мазкур, таҳқиқи масъалаҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, муайян намудани концепсияҳои муосир, воситаҳои самараноки татбиқи он ва таҳияи тавсияҳои илмӣ-амалӣ ҷиҳати баланд бардоштани рақобатпазирӣ ва самаранокии фаъолияти ташкилотҳои қарзӣ аҳаммияти махсус касб намуда, мубрамияти мавзуи интихобшударо асоснок менамояд.

3. Дараҷаи навгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуқтаҳои илмии барои Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳодшаванда

Таҳлили муҳтавои диссертатсия нишон медиҳад, ки муаллиф ба як қатор натиҷаҳои нави илмӣ ноил гардидааст, ки арзиши назариявӣ ва амалии онҳо барои рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон назаррас мебошад.

Аз ҷумла, ба сифати натиҷаи нави илмӣ аз ҷониби муаллиф муҳтавои концепсияи маркетинги бонкии рақамӣ мушаххас гардида, хусусиятҳои ташаккул ва рушди он дар шароити гузариш аз маркетинги анъанавӣ ба маркетинги рақамӣ муайян карда шудаанд. Ҳамчунин, равиши методологии ташаккули низоми маркетинги рақамӣ дар бонкҳо дар заминаи принсипҳои фардикунонӣ, бисёрканалӣ, таҳлили рақамии рафтори муштариён ва ҳамгироии платформаҳои рақамӣ асоснок карда шудааст.

Арзиши илмӣ таҳқиқот ҳамчунин дар он ифода меёбад, ки муаллиф таҷрибаи кишварҳои пешрафтара оид ба рақамикунони фаъолияти маркетингии бонкҳо мавриди омӯзиш ва низомбандӣ қарор дода, имкониятҳои мутобиқ намудани унсурҳои асосии он ба шароити иқтисодӣ, институтсионалӣ ва инфрасохтори Ҷумҳурии Тоҷикистонро муайян намудааст.

Натиҷаи муҳимми дигари таҳқиқот муайян намудани тамоюлҳо ва мушкилоти рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад. Дар асоси таҳлил омилҳои маҳдудкунандаи самаранокии татбиқи технологияҳои рақамӣ дар фаъолияти маркетингии бонкҳо ошкор гардида, хусусиятҳои рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои бонкӣ дар муҳити рақамӣ, аз ҷумла афзалиятҳои ҳангоми интихоби каналҳои иртиботӣ, муносибат ба пешниҳодҳои фардикардашуда ва сатҳи ҷалби рақамии онҳо муайян карда шудаанд.

Қобили зикр аст, ки муаллиф танҳо ба таҳлили вазъи мавҷуда маҳдуд нашуда, дар асоси натиҷаҳои таҳқиқот стратегияи рушди маркетинги рақамӣ барои ташкилотҳои қарзӣ ва амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамиро пешниҳод намудааст. Бартариии ин пешниҳодҳо дар мутобиқ будани онҳо ба хусусиятҳои низоми бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон ва имконияти истифодаи амалии онҳо дар фаъолияти ташкилотҳои қарзӣ ифода меёбад.

Дар маҷмӯъ, натиҷаҳои бадастовардаи муаллиф дорои унсурҳои навгонии илмӣ буда, саҳми муайяно дар рушди назария ва амалияи маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таъмин менамоянд.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда

Омӯзиши муҳтавои диссертатсия нишон медиҳад, ки натиҷаҳо, хулосаҳо ва тавсияҳои пешниҳоднамудаи муаллиф аз ҷиҳати илмӣ ба қадри кофӣ асоснок ва эътимоднок мебошанд. Асоснокии натиҷаҳои таҳқиқот бо интихоби дурусти заминаи назариявӣ, истифодаи маҷмӯи усулҳои муосири таҳқиқоти иқтисодӣ ва мутобиқати онҳо ба мақсад ва вазифаҳои гузошташуда таъмин гардидааст.

Ҳангоми анҷом додани таҳқиқот муаллиф аз усулҳои таҳлили иқтисодӣ, муқоисавӣ, омӯрӣ, сохторӣ, таҳлили омилӣ, инчунин, аз равишҳои системавӣ ва институтсионалӣ самаранок истифода намудааст, ки онҳо имконият додаанд масъалаҳои марбут ба рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таври ҳамаҷониба ва амиқ мавриди омӯзиш қарор гиранд.

Эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот бо таъя ба санадҳои меъёрии ҳуқуқии Ҷумҳурии Тоҷикистон, стратегияҳо ва барномаҳои давлатии марбут ба рушди иқтисоди рақамӣ, маълумоти расмӣ омӯрӣ, ҳисоботҳои Бонки миллии Тоҷикистон, ташкилотҳои қарзӣ, Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, инчунин, маводди ташкилотҳои байналмилалӣ таъмин шудааст. Илова бар ин, муаллиф аз доираи васеи адабиёти илмӣ олимони ватанӣ ва хориҷӣ истифода бурда, масъалаҳои назариявӣ ва амалии маркетинги рақамиро мавриди таҳлил ва ҷамъбаст қарор додааст.

Ҷиҳати мусбати таҳқиқот дар он зоҳир мегардад, ки хулосаҳо ва пешниҳодҳои илмӣ муаллиф танҳо хусусияти назариявӣ нашошта, дар асоси таҳлили вазъи воқеии рушди маркетинги бонкии рақамӣ ва фаъолияти ташкилотҳои қарзии ҷумҳурӣ таҳия шудаанд. Ҳамчунин, натиҷаҳои бадастомада бо таҷрибаи пешқадами байналмилалӣ муқоиса гардида, имкониятҳои татбиқи онҳо дар шароити низоми бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон асоснок қарор шудаанд.

Дар маҷмӯъ, метавон хулоса намуд, ки натиҷаҳои илмӣ, хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия пешниҳодшуда аз ҷиҳати назариявӣ ва методологӣ асоснок буда, дараҷаи баланди эътимоднокии доранд ва метавонанд дар фаъолияти ташкилотҳои қарзӣ, мақомоти танзимкунандаи бозори молиявӣ, инчунин, дар қорҳои илмию таҳқиқотӣ ва таълимӣ мавриди истифода қарор гиранд.

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

Наиҷаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ дорои аҳамияти назарраси илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоӣ мебошанд. Аҳамияти илмӣ таҳқиқот пеш аз ҳама дар рушди минбаъдаи асосҳои назариявӣ ва методологӣ маркетинги бонкии рақамӣ ифода меёбад. Муаллиф масъалаҳои марбут ба ташаккул ва

рушди маркетинги рақамиро дар бахши бонкӣ таҳқиқ намуда, як қатор пешниҳодҳо ва хулосаҳои илмиро асоснок кардааст, ки метавонанд барои тақмили таҳқиқоти минбаъда дар соҳаи маркетинги хизматрасониҳои молиявӣ ва иқтисоди рақамӣ заминаи назариявӣ фароҳам оваранд.

Аҳаммияти амалии диссертатсия дар он зоҳир мегардад, ки тавсияҳо ва пешниҳодҳои таҳиянамудаи муаллиф ба тақмили фаъолияти маркетингии ташкилотҳои қарзӣ, рушди хизматрасониҳои рақамии бонкӣ, баланд бардоштани сифати хизматрасонӣ ва густариши муносибатҳои рақамӣ бо муштариён равона шудаанд. Амсила ва механизми пешниҳодшудаи рушди маркетинги бонкии рақамӣ метавонанд ҳангоми таҳияи стратегияҳои рушди ташкилотҳои қарзӣ ва барномаҳои рақамикунонии фаъолияти онҳо истифода шаванд.

Аҳаммияти иқтисодии натиҷаҳои таҳқиқот дар имконияти баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингии бонкҳо, коҳиш додани хароҷоти вобаста ба хизматрасонӣ, зиёд намудани шумораи истифодабарандагони хизматрасониҳои рақамӣ, таҳкими мавқеи рақобатии ташкилотҳои қарзӣ ва афзоиши даромаднокии онҳо ифода меёбад. Татбиқи пешниҳодҳои муаллиф метавонад ба рушди бозори хизматрасониҳои молиявӣ ва баланд гардидани самаранокии фаъолияти низоми бонкии кишвар мусоидат намояд.

Аҳаммияти иҷтимоии таҳқиқот дар беҳтар гардидани сатҳи дастрасии аҳоли ба хизматрасониҳои муосири бонкӣ, баланд бардоштани фарогирии молиявӣ, рушди фарҳанги истифодаи технологияҳои рақамӣ ва тавсеаи имкониятҳои истифодаи хизматрасониҳои молиявӣ барои аҳолии минтақаҳои гуногуни ҷумҳурӣ зоҳир мегардад. Дар шароити рушди иқтисоди рақамӣ татбиқи натиҷаҳои таҳқиқот метавонад ба баланд гардидани сатҳи қаноатмандии муштариён ва таҳкими эътимоди онҳо нисбат ба низоми бонкӣ мусоидат намояд.

Ба андешаи муқарриз, натиҷаҳои таҳқиқот метавонанд аз ҷониби Бонки миллии Тоҷикистон, ташкилотҳои қарзии молиявӣ, мақомоти давлатии марбут ба рушди иқтисоди рақамӣ, инчунин, муассисаҳои таҳсилоти олии ва пажӯҳишгоҳҳои илмӣ ҳангоми таҳияи стратегияҳо, барномаҳои рушд, санадҳои методӣ ва раванди таълим дар ихтисосҳои иқтисод, маркетинг, фаъолияти бонкӣ ва технологияҳои рақамӣ мавриди истифода қарор дода шаванд.

6. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ

Аз маълумоти дар автореферат ва диссертатсия овардашуда бармеояд, ки натиҷаҳои асосии таҳқиқот дар 16 мақолаи илмӣ инъикос ёфтаанд. Аз ҷумла, 6 мақола дар маҷаллаҳои илмии тақризшавандаи тавсиянамудаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таъб расидаанд, ки натиҷаҳои муҳимми илмии диссертатсияро дар бар мегиранд.

Таҳлили интишороти муаллиф нишон медиҳад, ки онҳо самтҳои асосии таҳқиқот, муқаррароти назариявӣ, натиҷаҳои таҳлилӣ, хулосаҳо ва пешниҳодҳои амалии диссертатсияро ба таври кофӣ инъикос намудаанд. Маводди нашршуда бо мавзӯ, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот алоқамандии мустақим дошта, саҳми илмии муаллифро дар ҳалли масъалаҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ нишон медиҳанд.

Дар маҷмӯъ, шумора, муҳтаво ва сатҳи илмии интишороти муаллиф ба талаботи муқарраргардидаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон нисбат ба натиҷаҳои нашршудаи диссертатсияҳои илмӣ ҷавобгӯ буда, барои арзёбии натиҷаҳои таҳқиқот ҳамчун корҳои илмии мустақил асос фароҳам меоранд.

7. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи ҚОА назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон.

Диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич таҳқиқоти мустақилона ва анҷомёфтаи илмӣ буда, натиҷаҳои нави назариявӣ ва амалиро дар самти рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар шароити табдили рақамии иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон дар бар мегирад. Натиҷаҳои бадастовардаи муаллиф ба ҳалли масъалаҳои такмили фаъолияти маркетингии ташкилотҳои қарзӣ, баланд бардоштани самаранокии истифодаи технологияҳои рақамӣ ва таҳкими рақобатпазирии бонкҳо дар бозори хизматрасониҳои молиявӣ равона гардидаанд.

Кори диссертатсионӣ дорои сохтори мантиқӣ ва пайдарпай буда, аз муқаддима, бобҳо, зербобҳо, хулоса ва пешниҳодҳои илмӣ-амалӣ иборат мебошад. Муҳтавои диссертатсия ба мавзӯ, мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот пурра мувофиқат намуда, натиҷаҳои бадастовардаи муаллиф аз ҷиҳати илмӣ асоснок ва амалӣ муҳим мебошанд.

Тарзи таҳия ва барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи муқаррарнамудаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯ буда, кори диссертатсионӣ мутобиқ ба меъёрҳои бандҳои 31, 32, 33, 34, 35 ва 37-и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 тасдиқ шудааст, омода гардидааст.

Автореферати диссертатсия муҳтавои асосии таҳқиқот, натиҷаҳои илмии бадастомада, хулосаҳо ва тавсияҳои амалии муаллифро ба таври пурра инъикос намуда, тибқи талаботи амалкунанда таҳия ва ба расмият дароварда шудааст.

8. Саҳми шахсии довталаби дарёфти дараҷаи илмӣ дар раванди таҳқиқот

Таҳлили муҳтавои диссертатсия ва интишороти илмии муаллиф шаҳодат медиҳад, ки натиҷаҳои асосии таҳқиқот бо иштироки бевосита ва саҳми шахсии довталаб ба даст оварда шудаанд. Саҳми шахсии муаллиф дар муайян намудани самтҳои асосии таҳқиқот, таҳияи заминаҳои назариявӣ

методологии масъала, ҷамъоварӣ ва коркарди маълумоти таҳлилӣ, омӯзиши таҷрибаи ватанӣ ва хориҷӣ, инчунин, асоснок намудани хулосаҳо ва тавсияҳои илмӣ-амалӣ ифода меёбад.

Дар боби якуми диссертатсия «Асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинги бонкии рақамӣ» муаллиф масъалаҳои таҳаввулоти концепсияҳо ва воситаҳои маркетинги бонкӣ аз шакли анъанавӣ то рақамӣ, равишҳои муосири ташкили фаъолияти маркетингӣ дар шароити табдили рақамӣ, инчунин таҷрибаи хориҷии рақамикунонии маркетинги бонкӣ ва имкониятҳои мутобиқсозии онро ба шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳқиқ қарор додааст.

Ҷиҳати мусбати таҳқиқот дар он ифода меёбад, ки муаллиф дар асоси омӯзиши васеи сарчашмаҳои илмӣ ва адабиёти ватанӣ ва хориҷӣ кӯшиш намудааст мафҳуми «маркетинги бонкӣ»-ро аз нуқтаи назари олимони гуногун ҷамъбаст ва гурӯҳбандӣ намояд. Аз ҷумла, дар қадвали 1.1. тавсифи мафҳуми «маркетинги бонкӣ» дар асоси андешаҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ низомнок карда шуда, дар заминаи он шарҳи муаллифии мафҳум пешниҳод гардидааст, ки ба таҳкими заминаи назариявии таҳқиқот мусоидат намудааст (саҳ.18).

Ҷамчунин, дар қадвали 1.2. равишҳои анъанавии маркетинги бонкӣ бо тартиби қиёсӣ гурӯҳбандӣ шуда, хусусиятҳои фарқкунандаи онҳо аз нуқтаи назари ташкили фаъолият, воситаҳои коммуникатсионӣ ва самаранокии истифодаи онҳо дар шароити муосир нишон дода шудаанд (саҳ.22). Ин равиш ба амиқтар фаҳмидани раванди гузариш аз маркетинги анъанавӣ ба маркетинги рақамӣ мусоидат мекунад.

Дар раванди омӯзиши таҷрибаи давлатҳои хориҷӣ муаллиф воситаҳои маркетинги рақамиро дар Иттиҳоди Аврупо дар шакли низомнок дар расми 1.5 гурӯҳбандӣ намудааст. Ин таснифот имконият медиҳад, ки самтҳои асосии истифодаи технологияҳои рақамӣ дар маркетинги бонкӣ муайян гардида, барои мутобиқсозии онҳо ба шароити фаъолияти бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон заминаи амалӣ фароҳам оварда шавад.

Дар маҷмӯъ, таҳлили боби якум нишон медиҳад, ки муаллиф дар сатҳи кофии илмӣ масъалаҳои назариявӣ ва методологии маркетинги бонкии рақамиро баррасӣ намуда, барои таҳқиқоти минбаъда заминаи мустаҳками илмӣ фароҳам овардааст.

Дар боби дуюми диссертатсия «Таҳлили вазъ ва арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» муаллиф масъалаҳои вазъи муосир ва мушкилоти асосии рушди маркетинги бонкии рақамӣ, рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои бонкӣ дар муҳити рақамӣ, инчунин, арзёбии самаранокии маркетинги рақамиро дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳқиқи амиқ қарор додааст.

Ҷиҳати мусбати ин боб дар он ифода меёбад, ки муаллиф раванди ташаккул ва рушди технологияҳои рақамиро дар бахши бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар шакли низомнок таҳлил намуда, онро дар қадвали 2.1 ба чор марҳилаи асосӣ гурӯҳбандӣ кардааст. Ин равиш имконият медиҳад, ки

тахаввулоти марҳилавии рақамикунонӣ дар низоми бонкӣ равшан инъикос ёфта, робитаи он бо рушди маркетинги бонкии рақамӣ беҳтар дарк карда шавад (саҳ.71).

Ҳамчунин, дар қадвали 2.2 муаллиф монеаҳои асосии рақамикунонӣ ва таъсири онҳоро ба рушди маркетинги бонкии рақамӣ ба таври муфассал гурӯҳбандӣ намуда, хусусияти ҳар як монеа ва дараҷаи таъсири онро ба фаъолияти маркетингии ташкилотҳои қарзӣ нишон додааст. Чунин муносибати таҳлилӣ имкон медиҳад, ки омилҳои маҳдудкунанда ба таври дақиқ муайян гардида, барои бартараф намудани онҳо заминаи илмӣ фароҳам оварда шавад.

Дар маҷмӯъ, таҳқиқоти дар боби дуюм анҷомдодаи муаллиф хусусияти таҳлилӣ ва амалиро доро буда, ба ошкор намудани вазъи воқеии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ва муайян намудани самтҳои асосии тақмили он мусоидат менамояд.

Дар боби сеюми диссертатсия «Самтҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» муаллиф масъалаҳои марбут ба таҳияи стратегияи маркетинги рақамӣ барои хизматрасониҳои бонкӣ, тақмили низоми иртиботи маркетингӣ (аз ҷумла CRM, маркетинг тавассути почтаи электронӣ ва ҳадафгирӣ), инчунин, таҳияи амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамиро мавриди таҳқиқ қарор додааст.

Ҷиҳати назарраси ин боб дар он ифода меёбад, ки муаллиф масъалаҳои самаранокии фаъолияти маркетинги рақамиро на танҳо дар сатҳи назариявӣ, балки дар асоси нишондиҳандаҳои амалӣ низ мавриди таҳлил қарор додааст. Аз ҷумла, дар қадвали 3.1 нишондиҳандаҳои калидии самаранокӣ (KPI) дар стратегияи маркетинги рақамии бонкҳо гурӯҳбандӣ ва пешниҳод гардидаанд, ки барои арзёбии натиҷабахшии фаъолияти маркетингӣ аҳаммияти амалӣ доранд.(саҳ. 137).

Дар қадвали 3.3 мушкilotи асосии маркетинги стратегӣ дар бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон ва роҳҳои эҳтимолии ҳалли онҳо оварда шуда, дар асоси таҳлили вазъи воқеӣ самтҳои тақмили идоракунии маркетинг муайян карда шудаанд.(саҳ.143). Ҳамзамон, дар расми 3.1 амсилаи монеаҳои банақшагирии стратегияи маркетинги бонкии рақамӣ инъикос ёфтааст, ки ба дарки беҳтари омилҳои маҳдудкунанда дар раванди банақшагирии стратегӣ мусоидат менамояд (саҳ.145).

Муаллиф, инчунин, дар қадвали 3.6 таҳлили қиёсии истифодаи воситаҳои CRM дар бонкҳои тиҷоратии Ҷумҳурии Тоҷикистонро анҷом дода, сатҳи истифодаи ин низомҳо ва самаранокии онҳоро муқоиса намудааст (саҳ.155). Ин равиш имкон медиҳад, ки сатҳи рушди инфрасохтори маркетингии бонкҳо арзёбӣ гардида, самтҳои тақмили он муайян карда шаванд.

Дар қадвали 3.11 принципҳои бунёди амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ таҳия ва пешниҳод гардидаанд, ки ҳамчун заминаи методологӣ барои татбиқи стратегияҳои муосири маркетингӣ хизмат менамоянд (саҳ.168).

Дар маҷмуъ, боби сеюм хусусияти хулосабаророна ва амалӣ дошта, сахми муаллифро дар таҳияи самтҳои стратегӣ ва такмили механизми маркетинги бонкии рақамӣ ба таври возеҳ инъикос менамояд.

Дар қисмати «Хулоса ва тавсияҳо» муаллиф натиҷаҳои асосии илмии таҳқиқотро ҷамъбаст намуда, як қатор пешниҳодҳои назариявӣ ва тавсияҳои амалӣ оид ба рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия намудааст, ки онҳо барои татбиқ дар фаъолияти ташкилотҳои қарзӣ ва таҳияи сиёсати маркетингии онҳо аҳамияти амалӣ доранд.

9. Эрод ва тавсияҳо барои беҳтар гардонидани сатҳи илмию назариявӣ ва амалии диссертатсия

Бо вучуди аҳамияти баланди илмӣ ва амалии диссертатсия, дар раванди омӯзиши он баъзе масъалаҳои баҳсталаб ба назар мерасанд, ки зикри онҳо ба баланд бардоштани сатҳи илмии корҳои минбаъдаи муаллиф мусоидат менамояд:

1. Дар қисмати назариявӣ-методологии таҳқиқот масъалаи самаранокии низоми маркетингӣ дар рушди бозори молиявӣ ва баҳши бонкӣ ба андозаи кофӣ васеъ ва муфассал мавриди баррасӣ қарор нагирифтааст.

2. Дар зербоби 2.1 «Вазъи муосир ва мушкилоти асосии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» таҳлили мушкилоти мавҷуда асосан хусусияти умумӣ дошта, ҷанбаҳои марбут ба самаранокии хароҷоти маркетингӣ, сатҳи маблағгузори бонкҳо ба фаъолияти маркетингӣ ва таъсири он ба натиҷабахшии фаъолияти бонкӣ ба таври муфассал мавриди таҳқиқ қарор нагирифтааст. Ба андешаи муқарриз, баррасии ин самтҳо метавонист муҳтавои илмии бобро боз ҳам ғанӣ гардонад.

3. Мувофиқи мақсад мешуд, агар муаллиф дар боби дуюм масъалаҳои марбут ба самаранокии низоми маркетингӣ дар бонкҳои ватанӣ, аз ҷумла даромаднокии фаъолияти маркетингӣ, нишондиҳандаҳои молиявии вобаста ба маркетинг, инчунин, муқоисаи сатҳи сармоягузорӣ ба технологияҳои рақамии маркетингиро дар бонкҳои гуногун мавриди таҳлил ва арзёбии қиёсӣ қарор медод.

4. Дар зербоби 3.2 «Такмили низоми иртиботи маркетингӣ: CRM, маркетинг тавассути почтаи электронӣ, ҳадафگیرӣ» муаллиф, асосан ба тавсифи умумии воситаҳои иртиботӣ тавачҷуҳ намудааст. Ба андешаи муқарриз, агар дар ин қисмат намунаи амалӣ дар асоси фаъолияти яке аз бонкҳои ватанӣ оварда шуда, механизми татбиқ ва такмили CRM ва дигар воситаҳои рақамии маркетингӣ дар шароити воқеӣ нишон дода мешуд, сатҳи илмӣ-амалиявии таҳқиқот ва арзиши татбиқии он боз ҳам баландтар мегардид.

5. Дар расми 3.3, сах. 171, зербоби 3.3 сохтори амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ пешниҳод гардида, муаллиф тавонистааст унсурҳои асосии баландбардории самаранокиро дар сохтор нишон диҳад. Вале, дараҷаи асоснокӣ ва илмии таҳқиқот баландтар мегардид, агар ҳар як сатҳи дар сохтор пешниҳодгардида дар алоҳидагӣ шарҳу тавзеҳ дода мешуд.

Дар маҷмӯъ, ин мулоҳизаҳо хусусияти тавсиявӣ дошта, ба арзиши умумии илмии диссертатсия таъсири ҷиддӣ намерасонанд ва метавонанд ҳамчун самтҳои тақмили таҳқиқоти минбаъда истифода шаванд.

10.Тавсиф ва амалисозии натиҷаҳои диссертатсия

Муқаррарот ва натиҷаҳои асосии диссертатсия дар раванди баромадҳо ва муҳокимаҳои илмӣ дар конференсияҳои илмию амалии байналмилалӣ ва ҷумҳуриявӣ, мизҳои мудаввар ва семинарҳои илмӣ-амалӣ мавриди санҷиш ва муҳокима қарор гирифтаанд. Аз ҷумла, натиҷаҳои таҳқиқот дар конференсияҳои байналмилалии «Илми асри XXI: ҷолишҳо, ташаккул ва рушд» (Россия, ш. Петрозаводск, 2025) ва «Иқтисоди рақамӣ ва имконияти нав барои тижорат» (Россия, ш. Пенза, 2025) муаррифӣ гардида, аз ҷониби иштирокчиён баҳогузорӣ ва дастгирии илмӣ пайдо намудаанд. Қисме аз натиҷаҳои таҳқиқот дар раванди таълимии Донишгоҳи байналмилалии сайёҳӣ ва соҳибкориҳои Тоҷикистон дар омода намудани донишҷӯён аз рӯйи ихтисосҳои «маркетинг» ва «фаъолияти бонкӣ» мавриди истифода қарор гирифта, ба ғайи гардонидани мазмуни фанҳои марбут ба маркетинги муосир ва фаъолияти бонкӣ мусоидат намудаанд.

Ҳамчунин, натиҷаҳои таҳқиқот дар амалияи таҳлилӣ ва маркетингии як қатор бонкҳои тижоратии Ҷумҳурии Тоҷикистон (дар асоси мувофиқа) истифода шуда, дар тақмили равандҳои маркетингии рақамӣ, таҳлили рафтори муштариён ва беҳтар намудани иртибот бо мизочон саҳми амалӣ гузоштаанд. Дар маҷмӯъ, натиҷаҳои диссертатсия на танҳо аҳаммияти назариявӣ, балки арзиши баланди амалиро низ доро буда, сатҳи татбиқпазирии онҳо дар соҳаҳои таълимӣ ва фаъолияти амалии ташкилотҳои қарзӣ тасдиқ карда мешавад.

11. Хулосаи ҷамъбасти

Диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич таҳқиқоти илмии мустақилона ва пурра анҷомёфта ба ҳисоб рафта, ба ҳалли масъалаҳои мубрами рушди маркетинги бонкии рақамӣ ва тақмили механизмҳои он дар шароити таҳаввули иқтисодиёти рақамии Ҷумҳурии Тоҷикистон равона гардидааст. Кори диссертатсионӣ дорои сохтори мантиқӣ ва мукамал буда, мазмуну муҳтавои он сатҳи зарурии таҳқиқоти илмиро инъикос менамояд. Натиҷаҳои бадастомада аз ҷониби муаллиф дорои арзиши баланди назариявӣ ва амалӣ мебошанд, ки ба рушди концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ мусоидат менамоянд.

Аҳаммияти кори диссертатсионӣ пеш аз ҳама дар он зоҳир мегардад, ки муаллиф равандҳои гузариш аз маркетинги анъанавӣ ба маркетинги рақамиро таҳлил намуда, хусусиятҳои ташаккули низоми маркетинги бонкиро дар шароити муосир асоснок намудааст. Дар натиҷа, тавсияҳо ва пешниҳодҳои илмӣ-амалӣ таҳия гардидаанд, ки метавонанд дар фаъолияти ташкилотҳои қарзӣ ҷиҳати баланд бардоштани самаранокии иртибот бо

муштарӣён, истифодаи воситаҳои рақамии маркетингӣ ва таҳкими рақобатпазирӣ мавриди истифода қарор гиранд.

Автореферати диссертатсия муҳтавои асосии таҳқиқот, навгониҳои илмӣ ва натиҷаҳои бадастомадаро пурра инъикос намуда, дараҷаи эътимоднокии хулосаҳои илмиро нишон медиҳад. Интишороти муаллиф мазмун ва самтҳои асосии таҳқиқотро фаро гирифта, бо натиҷаҳои диссертатсия ҳамоҳанг мебошад ва дурусти хулосаҳои илмиро тасдиқ менамояд.

Дар маҷмӯъ, диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзӯи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ» аз рӯи муҳимият, навгониҳои илмӣ, сатҳи таҳлили масъалаҳо ва натиҷаҳои бадастомада ба талаботи Низомномаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва бандҳои 67 ва 69-и «Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ» ҷавобгӯ мебошад. Бо дарназардошти аҳаммияти илмӣ ва амалии таҳқиқот, муаллиф сазовори дарёфти дараҷаи илмии номзоди илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) доништа мешавад.

Муқаррризи

д.и.и., профессори кафедраи идоракунии
молияи давлатӣ ва иқтисоди рақамии
Академияи идоракунии давлатии
назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон



Досиев М.Н.

Имзои д.и.и., профессор Досиев М.Н. – ро тасдиқ мекунам.

Сардори раёсати кадрҳо, коргузорӣ
ва корҳои махсуси АИДНПҚТ



Насурдинзода А.Н.

“ 12 ” 06 _____ 2026

Суроғаи муассиса:

734003, Ҷумҳурии Тоҷикистон, шаҳри Душанбе, ноҳияи Исмоили Сомонӣ,
кӯчаи Саид Носир, 33, Тел: (+992) 985 56 65 66, +992(37) 224-17-86