

Ба шурои диссертациони 6D.KOA-063-и назди Донишгоҳи байналмилали сайёҳӣ ва соҳибкори Тоҷикистон (Суроға: 734065, Ҷумҳурии Тоҷикистон, ш. Душанбе, хиёбони Борбад 48/5. E-mail: info@iutet.tj)

ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ

ба диссертасияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзӯи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ», ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг)

Мутобикати мавзӯ ва муҳтавои диссертасия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ. Муқаррароти диссертасия ба талаботи сарҳатҳои зерини шиносномаи Комиссияи олии аттестациони назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) иҷро карда шудааст: 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 ҳамгирои иттилоотии маркетингӣ. Сарчашмаҳои иттилооти маркетингӣ; 14. Раванди коркард ва методҳои татбиқи стратегияи фаъолияти маркетингӣ. Стратегияи густариши сарҳадҳои бозор ва стратегияи диверсификация; 19. Коркарди комплекси иртиботи маркетингӣ. Барномаи интернет-пешбурди маҳсулот, ташкилот, тамғаҳо ва брендинг. Ташаккули низоми фурӯши шахсӣ; 24. Фаъолияти маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ. Маркетинги бонкӣ. ҷавобгӯ мебошад.

Мубрамияти мавзӯи таҳқиқ. Мавзӯи таҳқиқоти диссертасияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзӯи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ», мутобик ба талаботи имрӯзаи низоми бонкии Тоҷикистон ба итмом расидааст. Дар шароити кунунии иқтисодиёти кишвар бағоят баланд ва саривақтӣ

мебошад. Дар Тоҷикистон рақамикунонии соҳаҳои мухталифи иқтисодӣ, аз ҷумла сектори молиявӣ, яке аз самтҳои афзалиятноки сиёсати давлатӣ махсуб меёбад. Қабули барномаҳои давлатӣ ва Фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи чораҳои тавсеаи ҳисоббаробаркунии ғайринақдӣ» тақозо мекунад, ки банкҳои тижоратӣ моделҳои анъанавии пешбурди тижоратро бознигарӣ кунанд. Маркетинги банкии рақамӣ ҳамчун муҳаррики асосии ин гузариш баромад мекунад. Насли нави мизоҷон дар Тоҷикистон (хусусан ҷавонон, ки қисми зиёди аҳолиро ташкил медиҳанд) истифодаи замимаҳои мобилӣ, ҳамёнҳои электронӣ ва интернет-банкиро аз рафтани ба филиалҳои банк афзал медонанд. Мубрамияти мавзӯ дар он аст, ки банкҳо бояд воситаҳои нави маркетинги рақамиро (ба мисли *SMM*, *тарғиботи мақсаднок (targeted ads)*, *таҳлили Big Data*) барои ҷалб ва нигоҳ доштани ин гуна мизоҷон омӯзанд ва татбиқ намоянд. Имрӯзҳо банкҳои Тоҷикистон на танҳо бо якдигар, балки бо ташкилотҳои хурди молиявӣ ва ширкатҳои финтех (FinTech) рақобат мекунанд. Дар ин шароит, усулҳои анъанавии маркетинг (реклама дар телевизион ё варақаҳои таблиғотӣ) самаранокии худро гум мекунанд. Омӯзиши концепсияҳои нави маркетингӣ барои банкҳо имкон медиҳад, ки мавқеи рақобатпазирии худро дар бозор мустаҳкам намоянд. Маркетинги рақамӣ имкон медиҳад, ки хароҷоти банкҳо барои ҷалби як мизоҷ (CAC - Customer Acquisition Cost) ба таври назаррас коҳиш ёбад ва самаранокии маблағгузориҳои маркетингӣ (ROI) дақиқ чен карда шавад. Таҳқиқи воситаҳои рақамӣ ва арзёбии самаранокии онҳо барои менеҷменти банкҳо ҷиҳати оптимизатсияи буҷет ва зиёд кардани фоида муҳим аст. Дар шароити муносири ташаккули иқтисоди рақамӣ ва татбиқи Фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон оид ба тавсеаи ҳисоббаробаркунии ғайринақдӣ, дигаргунсозии куллии фаъолияти банкӣ ба миён омадааст. Гузариши банкҳои тижоратии кишвар ба форматҳои рақамӣ, зарурати таҳия ва татбиқи концепсияҳо ва воситаҳои нави маркетингро тақозо мекунад.

Мубрамияти ин мавзӯ бо он чизе асоснок карда мешавад, ки усулҳои анъанавии ҷалби мизоҷон дар соҳаи бонкӣ самаранокии худро гум карда истодаанд, дар ҳоле ки воситаҳои рақамӣ (ба мисли замимаҳои мобилӣ, маркетинги контентӣ ва таҳлили заминаи маълумот) имкониятҳои нав барои рушди тиҷоратро фароҳам меоранд. Омӯзиши ҳамаҷонибаи концепсияҳо, воситаҳои маркетинги рақамӣ ва арзёбии самаранокии онҳо дар шароити муайяни бозори молиявии Тоҷикистон ҷиҳати баланд бардоштани рақобатпазирии низоми бонкии кишвар аҳамияти калони назариявӣ ва амалӣ дорад.

Дарачаи навгонии натиҷаҳо дар диссертатсия ва нуқтаҳои илмие, ки ба ҳимоя пешниҳод мешаванд.

Навгонии илмии диссертатсия дар таҳияи заминаҳои назариявӣю методологӣ ва тавсияҳои амалӣ оид ба рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар шароити табдили рақамии соҳаҳои молиявии Ҷумҳурии Тоҷикистон ифода меёбад. Баргариши илмии таҳқиқот дар пешниҳоди равиши концептуалие мебошад, ки қонуниятҳои умумии рушди технологияҳои рақамиро дар ҷаҳон бо хусусиятҳои хоси миллии низоми бонкии ватанӣ ҳамоҳанг месозад.

Аз ҷумла, натиҷаҳои мушаххаси таҳқиқот, ки унсурҳои навгонии илмиро ташкил медиҳанд, инҳоянд:

1. Дар доираи таҳқиқот, муҳтавои назариявии концепсияи маркетинги бонкии рақамӣ такмил дода шуда, қонуниятҳои гузариши эволутсионии бонкҳо аз моделҳои анъанавии маркетингӣ ба моделҳои рақамӣ, бо нишон додани вазифаҳо ва воситаҳои калидии онҳо, муайян карда шудааст. Саҳми муҳими илмии кор дар асоснок намудани равиши методологӣ ҷиҳати ташкили низоми маркетинги рақамӣ дар бахши бонкӣ зохир мегардад, ки он ба принципҳои калидии фардиқунонии маҳсулот, бисёрканалӣ, таҳлили амиқи рақамии заминаи муштариён ва ҳамгироии зичи платформаҳои рақамӣ таъя менамояд.

2. Дар доираи таҳқиқот, қонуниятҳо ва тамоюлҳои асосии таҷрибаи хориҷӣ дар соҳаи рақамиқунонии маркетинги бонкӣ коркард шудаанд.

Саҳми илмии муаллиф дар он ифода меёбад, ки ин таҷрибаи пешқадам на ба таври механикӣ, балки бо назардошти маҳдудиятҳо ва имкониятҳои институтсионалию инфрасохтории Ҷумҳурии Тоҷикистон мутобиқ ва фарогир карда шудааст.

3. Дар доираи таҳқиқот, таҳлили комплекси тамоюлҳо ва монеаҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон анҷом дода шудааст, ки имкон дод омилҳои асосии маҳдудкунандаи самаранокии технологияҳои рақамӣ дар соҳаи маркетинги бонкӣ ошкор карда шаванд. Ҳамзамон, вижагиҳои рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои молиявӣ дар муҳити рақамӣ мушаххас гардида, қонуниятҳои интихоби каналҳои иртиботот, омодагии мизочон ба қабули маҳсулоти фардиқунонишуда ва нишондиҳандаҳои ҷалби рақамии онҳо заминаи илмӣ пайдо кардаанд.

4. Дар доираи таҳқиқот, заминаҳои аслии стратегияи маркетинги рақамии бонкҳо коркард шуда, векторҳои асосии рушди низоми иртибототи рақамӣ бо мизочон мушаххас карда шудаанд. Саҳми амалии кор дар он ифода меёбад, ки воситаҳо ва механизмҳои ташкилии пешниҳодшуда хусусиятҳои хоси низоми молиявии Тоҷикистонро ба эътибор мегиранд. Ин замина имкон дод, ки модели нави баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ бо мақсади устуворсозии мавқеи бонкҳо дар бозори муосири хизматрасониҳо ҷорӣ ва асоснок карда шавад.

Дар раванди ҳали илмии масъалаҳои гузошташуда равишҳои методологӣ ва методи пажӯҳиш, ки муаллиф интихобу истифода намудааст, имконият додааст, ки натиҷаҳои судманди илмӣ дар самти назария ва амалияи рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ коркарди пешниҳодҳои илмиву амалӣ дар ҷодаи такмили роҳҳо ва методҳои маркетинги рақами бонки рӯи кор омадааст.

Асоснокии хулосаву пешниҳодҳои дар диссертатсия овардашуда ва сатҳи илмияти онҳо аз он шаҳодат медиҳанд, ки муаллиф асарҳои бунёдии

олимони иқтисодии ватанивию хоричиро дар соҳи назарияи маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: консепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ эҷодкорона истифода бурдааст.

Дар раванди тадқиқоти диссертатсионӣ усулҳои иқтисодии таҳлил васеъ истифода шудаанд, махсусан: таҳайюлотӣ (абстраксия) илмӣ, таҳлил ва синтез, таҳлили сабабӣ-оқибатӣ, таҳлили маҷмӯавӣ ва низомӣ, усули муқоисакунӣ, усули таҳлили эмпирикӣ, хулосабарорӣ, аналогия, таҳлили маълумоти оморӣ, ифодаёбии графикӣ ва ҷадвалии маводҳои асли.

Заминаи иттилоотии тадқиқоти илмиро дастуру баромадҳо ва Паёмҳои Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ – Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, маълумоти Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, Бонки миллии Тоҷикистон, бонкҳои тижоратии Ҷумҳурии Тоҷикистон, маводҳои ҷопии даврагии иқтисодӣ ва маводҳои конференсияҳо, маводҳои таҳлилий ва тадқиқотӣ, захираҳои иттилоотии шабакаи «Internet» ва мушоҳидаҳои шахсии муаллиф ташкил додаанд.

Шиносоӣ бо қор нишон медиҳад, ки муаллиф хеле моҳирона бо адабиётҳои илмӣ доир ба мавзӯи тадқиқот қор кардааст, мустақилона далелҳои омориро вобаста бо мақсади тадқиқот ҳам овардааст, қорқард ва таҳлил намудааст.

Хулосаю пешниҳодҳои муаллиф ва навгонҳои илмии қори иҷрошуда дорои аҳамияти назариявӣ ва амалӣ буда, дар асоси таҳлили ҳамҷонибаи ҳолати кунунии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: консепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ қорқард шудаанд.

Дар маҷмӯъ метавон қайд намуд, ки натиҷаҳои тадқиқоти илмии Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дорои мушахассоти илмӣ ва назарароти нав мебошанд, аз ин хотир ба талаботи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) ҷавобгӯ мебошанд. Ин пешниҳодҳо, метавонанд дар тақмили таҷдиди рушди бонки мусоидат намоянд.

Асоснокӣ ва этиمودнокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда. Хулоса ва тавсияҳои аз ҷониби муаллиф пешниҳодшуда бар асоси гузаронидани таҷрибаҳо, амиқии иттилоот, ҳаҷми кифоякунандаи

маводҳои таҳқиқотӣ, коркарду тасвиби омории натиҷаҳои таҳқиқот ва интишорот тасдиқ мегардад. Ҳамзамон, масъалаҳои муҳим ба ҷиҳати рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳлил қарор дода шудааст. Бо таъки ба натиҷаҳои бадастовардашуда асоснокнамоии назария, методология ва амалияи масъалаҳои мансуб ба рушди маркетинги бонкӣ ва дар ин замина таъмини рақамикунони низоми бонкӣ мавриди пешниҳод қарор дода шудаанд. Эътимоднокии онҳо пеш аз ҳама аз истифодаи маҷмӯи бойи манбаъҳои иттилоотӣ, санадҳои расмӣ давлатӣ, барномаҳои рушди иҷтимоию иқтисодӣ, маълумоти омории Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, ҳисоботи бонкҳои тиҷорати ва маводи таҳқиқотии олимону муассисаҳои илмӣ бармеояд. Дар ҷараёни таҳқиқот муаллиф аз усулҳои муосири таҳлили иқтисодӣ, таҳлили муқоисавӣ, гурӯҳбандии индикаторҳо, усулҳои таҳлили сохторӣ ва коркарди динамикаи нишондиҳандаҳои макроиқтисодию иҷтимоӣ истифода кардааст, ки боиси асоснокии баланди хулосаҳои илмӣ гардидааст.

Хулосаҳои илмӣ ва тавсияҳои диссертатсия дар асоси маълумоти омории солҳои охир, таҳлили вазъи рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон инчунин омӯзиши таҷрибаи кишварҳои хориҷӣ дар самти маркетинги бонкӣ ҳосил гардидаанд.

Тавсияҳои пешниҳодгардида, аз ҷумла, роҳҳои тавсеабарзиши рақамҳои маркетинги рақамӣ, усулҳои густариши фаъолияти шарикӣ байни бонкҳои тиҷоратӣ, давлат ва муштариёни инфиродӣ дар муҳити рақамӣ мушаххас карда шудаанд. Тавсияҳои пешниҳодшуда ба баланд бардоштани самаранокии сиёсати маркетингии бонкҳо, такмили механизмҳои танзими давлатии рақамикунони соҳаи молиявӣ ва густариши инфрасохтори рақамӣ мусоидат менамоянд. Далелнокии таҳлили муаллиф имконият медиҳад, ки самтҳои пешниҳодшуда ҳамчун тадбирҳои амалии баландэътимод ҷиҳати афзоиши рақобатпазирии низоми бонкии кишвар арзёбӣ шаванд.

5. Ҳаҷм ва сохтори диссертатсия. Диссертатсия аз муқаддима, се боб, хулоса ва тавсияҳо, инчунин рӯйхати адабиёт аз 179 номгӯй иборат аст. Ҳаҷми диссертатсия 206 саҳифаи матни чопи компютери ро ташкил дода, 30 ҷадвал ва 14 расмро дар бар мегирад, сарчашмаҳои мавриди истифода қарор гирифта, аз ҷумла асарҳои муаллифони ватанӣ ва хориҷиро дар бар мегирад.

Дар муқаддимаи диссертатсия мубрами яти мавзӯи таҳқиқот, мақсад ва вазифаҳои илмӣ, объект ва предмети таҳқиқ, инчунин фарзия ва наводҳои пажӯҳиш бо пайдарпаии мантиқӣ ва асоснокии илмӣ баён ёфтаанд. Муаллиф зарурият ва аҳамияти татбиқи воситаҳои маркетинги рақами ро ҷиҳати таъмини суботи молиявӣ, баланд бардоштани рақобатпазирии бонкҳо ва беҳдошти инфрасохтори рақамии низоми бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон ба таври коми лан мушаххас ва амиқ асоснок намудааст.

Боби якуми диссертатсия “Асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинги бонкии рақамӣ” таҳаввулоти консепсияҳо ва воситаҳои маркетинги бонкӣ: аз анъанавӣ ба рақамӣ, равишҳои муосири ташкили фаъоли яти маркетинг дар бонкҳо дар шароити табдили рақамӣ, таҷрибаи хориҷии рақами кунонии маркетинги бонкӣ ва имконияти мутобиқсозии он дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди омӯзиш қарор гирифта шуд.

Муаллиф дар диссертатсияи худ қайд мекунад, Ҳамин тариқ, дар шароити муосир маркетинг дигар танҳо вазифаи таблиғ ва пешбарии маҳсулоти бонки ро иҷро накарда, номгӯйи вазифаҳои худро васеъ намудааст. Он акнун ба воситаи стратегии идоракунии муносибатҳо бо муштарӣён, ташаккули бартарихо дар бозор, афзоиши эътимод ва истодагарӣ ба тағйироти бозор табдил меёбад. Яъне, «ҳадафи асосии идоракунии маркетинг дар бонкҳо нигоҳ доштани талабот ба маҳсулот ва хизматрасониҳои онҳо, инчунин дастгирии сатҳи кофии фаъоли яти қарздиҳӣ дар бозори молиявӣ мебошад. (с. 14)

Бояд қайд кард, ки идоракунии маркетинг дар шароити иқтисодӣ яти рақамӣ бояд ба принципҳои ошкорӣ, шаффофият ва такмили пайваста асос

ёбад, ки дар он манбаи асосӣ на танҳо технология, балки қобилияти ташкилоти бонкӣ барои омӯзиш ва табдили ҳамзамон бо дигаршавии бозор мебошад» (с. 38).

Инчунин дар доираи боби мазкур, аз чониби унвончӯ баррасии таҷрибаи хоричӣ дар ин самт барои мамлакатҳои дорой экосистемаи рақамии рушдбанда, ба мисли Ҷумҳурии Тоҷикистон, аҳамияти хоса дорад. Омӯзиши ҳолатҳои пешрафта имкон медиҳад, ки таҷрибаҳои беҳтарин барои мутобиқшавӣ дар шароити захираҳои маҳдуд, инчунин муайян кардани самтҳои эҳтимолии навсозии бахши бонкии ватанӣ муайян карда шаванд. Муҳимияти тавачҷуҳ ба таҷрибаи байналмилалӣ ба зарурати баланд бардоштани самаранокии иртиботи маркетингӣ дар бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон, таҳкими эътимоди муштариён ва ҳамгирӣ ба тамоюлҳои ҷаҳонии рақамӣ вобаста аст. (с. 52)

Боби дуоми диссертатсия таҳти унвони “Таҳлили вазъ ва арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон” вазъи муосир ва мушкилоти асосии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон, таҳлили рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои бонкӣ дар муҳити рақамӣ, арзёбии самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон мавриди таҳлил қарор гирифтааст.

Муаллиф қайд менамояд, ки Табдили рақамии бахши бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон самти муҳимтарини навсозии иқтисодиёт, баланд бардоштани самаранокии хизматрасониҳои бонкӣ, васеъ намудани дастрасӣ ба захираҳои молиявӣ, инчунин рушди тиҷорати электронӣ ва соҳибқорӣ мебошад. Асоси ин равандҳоро ҳуҷҷатҳои стратегӣ, санадҳои меъёрии ҳуқуқӣ, фармонҳои Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва барномаҳои ҳукумати ташкил медиҳанд, ки самтҳои асосии рушди рақамиро дар мамлакат муайян мекунанд.

Рақамикунонии низоми бонкӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар доираи як қатор ҳуҷҷатҳои асосӣ, ки ҳадафҳо, афзалиятҳо ва механизмҳои мушаххаси табдили рақамиро муайян мекунанд, сурат мегирад.

1. Концепсияи иқтисоди рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон (қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон № 642 аз 30 декабри соли 2019). Ин ҳуҷҷат барои табдили рақамии иқтисодиёти миллӣ, аз ҷумла низоми молиявӣ асос гузошт. Концепсия «таъсиси инфрасохтори рақамӣ ва платформаҳои электронӣ, қорӣ намудани мушаххаскунии рақамии шаҳрвандон ва шахсони ҳуқуқӣ, рушди шаклҳои ғайринақдӣ пардохтҳо, таҳкими амнияти иттилоотӣ дар баҳши молиявӣ, ташаккули муҳити мусоид барои савдои рақамӣ ва инноватсияҳоро таъкид мекунад»

2. Фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 22 июни соли 2023, №586 «Дар бораи тадбирҳои вусъат додани ҳисоббаробаркунии ғайринақдӣ». Фармони мазкур дар муассисаҳои давлатӣ ва хусусӣ гузаштан ба истифодаи ҳатмии шаклҳои ғайринақдӣ пардохти молҳо, қорҳо ва хизматрасониҳоро муқаррар мекунад. Тибқи он «тамоми пардохтҳо барои хизматрасониҳои давлатӣ, андозҳо, хизматрасониҳои коммуналӣ ва тиббӣ бояд дар шакли ғайринақдӣ анҷом дода шаванд; бонкҳо ва ширкатҳои хизматрасон вазифадоранд, ки дастрасӣ ба усулҳои пардохти электрониро таъмин намоянд»

3. Фармони Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 8 январи соли 2025, № 911 Дар бораи «Солҳои рушди иқтисоди рақамӣ ва инноватсия» эълон намудани солҳои 2025-2030. Ин ҳуҷҷат ҳадафҳои бузурги табдили рақамии мамлакатро муайян мекунад, аз ҷумла: «рақамикунонии тамоми бахшҳои иқтисодиёт, аз ҷумла баҳши бонкӣ; татбиқи васеи зехни сунъӣ, омӯзиши мошинҳо ва маълумоти калон; рушди инфрасохтори 5G ва таъмини истиқлолияти рақамӣ; тайёр кардани қормандони баландихтисоси ИТ ва баланд бардоштани саводнокии рақамии аҳоли»

4. Барномаи савдои электронӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2025-2029 (қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 16 майи соли 2024, № 295). Ин ҳуҷҷат «арзёбии фазои савдои электронии Ҷумҳурии Тоҷикистонро бо истифода аз равиши экосистемавӣ таъмин қарда, самтҳои афзалиятноки тақмили минбаъдаи савдои электрониро дар мамлакат муайян менамояд, аз қабилӣ: рушди инфрасохтори пардохтҳои онлайн;

стандартикунонӣ ва амнияти амалиёт; дастгирии стартапҳои рақамӣ ва савдои онлайн» (с. 69-71)

Бо ақидаи муаллиф мо розием, ки ӯ чунин қайд кардааст: Таҳлили рафтори истеъмолкунандагони хизматрасониҳои бонкӣ дар муҳити рақамӣ нишон медиҳад, ки профили муштарӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар таҳти таъсири рақамикунонӣ дар марҳилаи табдили фаъол қарор дорад. Истифодабарандагон нисбат ба сифати хизматрасониҳои онлайнӣ, суръати хизматрасонӣ, сатҳи фардикунонӣ ва амнияти рақамӣ серталаб мешаванд. Муносибати анъанавии оффлайнро амсилаи фарогирӣ ва ҷалби рақамӣ иваз мекунад, ки дар он замимаҳои мобилӣ, платформаҳои онлайн ва шаклҳои бисёрканалии иртибот бартарӣ доранд. Дар ин маврид, хусусиятҳои анғезавӣ ва рафтори муштариён дастурҳои равшани маркетингро барои бонкҳо ташкил медиҳанд: арзиш ва бароҳати аз бренд муҳимтар буда, садоқат тавассути технологияҳои мувофиқи рақамӣ ташаккул меёбад. (с. 112).

Муаллиф қайд менамояд, ки «арзёбии самаранокии маркетинг яке аз вазифаҳои асосии менечменти қариб ҳама ташкилотҳои мебошанд, ки дар бозори рақобат фаъолият мекунанд. Маркетинг дар якҷоягӣ бо фурӯш ва хизматрасонӣ то ҳол як навъ қуттии сиёҳ боқӣ мемонад; арзише, ки он ба вучуд меоварад, равшан ва шаффоф нест. Ҳамзамон, ҳамкорӣ бо муштарӣ ба яке аз вазифаҳои захираталаб табдил меёбад. (с. 113)

Боби сеюми диссертатсия “Самтҳои рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон” таҳияи стратегияи маркетинги рақамӣ барои хизматрасониҳои бонкӣ тақмили низоми иртиботи маркетингӣ: CRM, маркетинг тавассути почтаи электронӣ, ҳадафгирӣ Амсилаи баланд бардоштани самаранокии маркетинги бонкии рақамӣ дар шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод гардидааст.

Диссертант қайд менамояд, ки дар таҳқиқот ба ифшои мафҳуми стратегияи маркетинги рақамӣ, муайян кардани унсурҳои асосии он ва пешниҳоди амсилаи ташаккули стратегия, ки ба хусусиятҳои бахши бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон мутобиқ карда шудааст, бахшида мешавад.

Ба унсурҳои сохтори стратегия, ки мувофиқаи байни ҳадафҳо, каналҳо, муҳтаво, таҳлил ва таҷрибаи муштариён, инчунин масъалаҳои таъминоти институтсионалӣ ва ташкилии раванди стратегиро таъмин мекунанд, диққати махсус дода мешавад. (131)

Унвонҷӯ дар баробари омода намудани диссертатсияи худ қайд менамояд, Низомҳои CRM имрӯз дар инфрасохтори маркетинги рақамӣ нақши марказӣ доранд. Онҳо на танҳо маълумотро аз сарчашмаҳои гуногун (сомона, маркази тамос, замимаи мобилӣ, шабакаҳои иҷтимоӣ) ҷамъоварӣ мекунанд, балки ба бонкҳо барои ба бахшҳо ҷудо кардани доираҳои муштариён, роҳандозӣ намудани сценарияҳои муоширати инфиродӣ, ташаккули пешниҳодҳои мутобик ба талаботи муштариёни мушаххас, инчунин идора кардани сифати хизматрасонӣ ва садоқати муштариён имкон медиҳанд. (с. 149-150)

Дар рафти таҳқиқот муайян гардидааст, ки татбиқи бомуваффақияти амсилаи таҳияшуда барои баланд бардоштани самаранокии маркетинги рақамии бонкӣ на танҳо мутобиксозии расмӣ воситаҳо, балки фароҳам овардани муҳити мусоиди институтсионалӣ, таъминот бо кормандон, технологӣ ва рафториро низ тақозо мекунад. Дар акси ҳол, амсила танҳо ҳамчун як сохтори назариявӣ, ки дар бонкҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон татбиқи амалии худро наёфтааст, боқӣ мемонад. Акнун шартҳо ва омилҳои асосиро, ки имконпазирии татбиқи амиларо муайян мекунанд, баррасӣ мекунем. (с. 172-173)

Дар қисмати хулоса ва пешниҳодҳо аз ҷониби муаллиф пас аз омӯзиш ва таҳлили диссертатсия, хулосабарори карда шуда тавсияҳои амиқу дақиқ оид ба рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон пешниҳод гардидааст.

Камбудихои асосӣ ва эродҳо. Дар баробари ҷиҳатҳои мусбии назариявӣ ва амалӣ диссертатсияи тақризшаванда дорои баъзе аз камбудихо мебошад, ки баррасӣ намудани онҳо барои таҳқиқоти минбаъдаи муаллиф аз манфиат ҳолӣ нест:

1. Дар қисмати назариявӣ диссертатсия аз ҷониби муаллиф тамоми паҳлӯҳои назариявӣ омӯхта шуда, ақидаҳои муаллифони хориҷӣ ва ватанӣ мавриди омӯзиш қарор гирифта шудааст. Хуб мебуд агар муаллиф дар ҷадвали 1.1. – тавсифи мафҳуми «маркетинги бонкӣ» дар адабиёт мебуд агар ақидаи муаллифии худро низ дар ҷадвал ҷойгир менамуд.

2. Зербоби 1.3. диссертатсия ба омӯзиши таҷрибаи хориҷии рақамикунонии маркетинги бонкӣ ва имконияти мутобиқсозии он дар Ҷумҳурии Тоҷикистон бахшида шудааст. Дар ин боб танҳо давлатҳои дури хориҷиро оварда шудааст. Хуб мебуд агар унвонҷӯ давлатҳои наздик ба монанди иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон меовард қобили қабул буд.

3. Дар диссертатсия аз ҷониби муаллиф ҷадвали 2.5. оварда шудааст, ки дар он муаллиф таҳлили SWOT-и маркетинги анъанавӣ ва маркетинги рақамӣ дар баҳши бонкӣ. Хуб мешуд агар муаллиф ин ҷадвалро васеътар тартиб меод.

4. Беҳтар мешуд агар аз ҷониби муаллиф як ҷадвал дар боби 3-юм таҳия мешуд оид ба рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон.

Бояд қайд кард, ки ҳамаи эродҳои дар боло зикршуда тавсиявӣ буда ба сифати қор умуман таъсири манфӣ намерасонад.

6. Аҳамияти илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоии диссертатсия. Натиҷаҳои бадастомадаи диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич, дорои аҳамияти назарраси илмӣ мебошанд. Бар ин асно, натиҷаҳои таҳқиқоти анҷомшударо метавон дар раванди пешбурди рушди маркетинги бонкии истифода намуд. Аз ин хотир, боэътимоди зиёд метавон гуфт, ки натиҷаҳои дар таҳқиқот мушаххас гардида барои минбаъдаи низоми бонкӣ қобили қабул мебошанд.

Аҳамияти амалӣ ва истифодаи қорӣ доштани натиҷаҳо дар он ифода меёбад, ки тавсияҳои муаллиф барои пешбурди низоми бонкӣ инчунин бонкҳои тиҷоратӣ ва ташкилотҳои қарзӣ ҷавобгӯ мебошанд. Натиҷаҳои таҳлилӣ ва роҳҳои пешниҳодгардида барои рушди низоми бонкӣ ,

беҳбудбахшии ҳолати бонкҳои тичоратӣ, метавонанд дар амалия ҳамчун асос мавриди истифода қарор дода шаванд.

7. Нашри натиҷаҳои таҳқиқ аз рӯи мавзӯи диссертатсия. Муқаррароти асосӣ ва натиҷаҳои таҳқиқоти диссертатсионӣ дар 16 мақолаи илмӣ, аз ҷумла дар 6 мақолаи дар маҷаллаю нашрияҳои тақризшавандаи тавсиякардаи ҚОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистонро ташкил мекунад.

8. Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон.

Диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич ба талаботи амалкунандаи Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 26 июни соли 2023, №295 «Дар бораи тасдиқи Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ», инчунин ба қоидаҳои барасмиятдарории Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон пурра мутобиқ мебошад. Сохтор, ҳаҷм, тартиби пешниҳоди натиҷаҳои илмӣ, тарзи истинод ба манбаъҳо, пешниҳоди рӯйхати адабиёт ва китобшиносӣ, истифодаи ҷадвалҳо ва диаграммаҳо, инчунин талаботи техникӣ ва услубии расмонагирӣ риоя гардидаанд. Мундариҷаи диссертатсия ба таври мантиқӣ сохтманд буда, мақсад, вазифаҳо, объект, предмет, гипотеза, навоварии илмӣ, асоснокии методологӣ ва натиҷаҳои таҳқиқот бамаврид ва мутобиқ ба стандартҳои байналмилалӣ тадқиқоти илмӣ ифода ёфтаанд.

Автореферати диссертатсия мувофиқ ба меъёрҳои муқарраргардидаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия гардида, мазмуни асосӣ ва натиҷаҳои илмии диссертатсияро пурра инъикос мекунад. Ҳамаи қисматҳои диссертатсия ва автореферат бо меъёрҳои умумии расмият, академизм ва стандартҳои илмии ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) мувофиқ мебошанд.

Диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар шарроити имрӯза аҳамияти бештарро касб намуда, мубрамияти қобили тавачҷӯҳи илмӣ ва амалӣ дорад, таҳқиқоти Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич ба масъалаи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон:

концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ» нигаронида шудааст. Бинобар ин, истифодаи натиҷаҳои таҳқиқоти фарҷомшуда аз ҷониби сохторҳо ва мақомотҳои дахлдори минтақавӣ мувофиқи мақсад мебошад.

Дар маҷмӯъ, диссертатсияи Файзов Назруллоҳ Зубайдуллоевич дар мавзӯи «Рушди маркетинги бонкии рақамӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон: концепсияҳо, воситаҳо ва самаранокӣ», ки барои дарёфти дараҷаи илмии номзоди илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26 – Маркетинг) пешниҳод гардидааст, дар сатҳи баланди илмӣ ба анҷом расида, ба талаботи бандҳои 3, 7, 14,19, ва 24 “Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ”, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 тасдиқ шудааст, мувофиқ буда, муаллифи он сазовори дарёфти дараҷаи илмии номзоди илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси номбурда мебошад.

Муқарризи расмӣ:

**номзоди илмҳои иқтисодӣ, декани
факултети молиявию иқтисодии
Донишгоҳи давлатии Кӯлоб
ба номи Абуабдуллоҳи Рӯдакӣ**



Навруз Носирӣ

Имзои Навруз Н.-ро тасдиқ мекунам:

**Сардори раёсати кадрҳо
ва корҳои махсуси Донишгоҳи давлатии Кӯлоб
ба номи Абуабдуллоҳи Рӯдакӣ**



Давлатов М.А.

« 16 » 06 соли 2026

Суроға: 735360, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Кӯлоб, к. С.Сафаров 16
Телефон (+992) 918 29 39 55,
E.mail: nosiri.1990@mail.ru