

*Ба Шурои диссертациони 6D.КOA-063-и
пазди Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ
ва соҳибкорӣи Тоҷикистон.
Суроға: 734065, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Душанбе, хибони Борбад 48/5.*

ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ

**ба диссертатсияи Комилова Камила Наврӯзовна дар мавзӯи «Такмили
стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тичоратӣ дар давраи муосир»
барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси**

5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг)

1. Мутобиқати диссертатсия ба ихтисос ва самти илм, ки аз рӯи он диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст

Мазмун ва муҳтавои диссертатсияи пешниҳодшуда ба талаботи
Шиносномаи ихтисоси **5.2.26 – Маркетинг** ва бандҳои зерини он:

2. Дастгоҳи мафҳумии методологии маркетинг. Таҳаввулот
концепсияи маркетинг. Концепсияи муосири маркетинги иҷтимоӣ;

3. Асосҳои назариявӣю методологии таҳқиқоти маркетингӣ.
Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг.
Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти маркетингии бозорҳои
молу хизматрасониҳо;

7. Низомҳои муосири маркетингӣ. Таънаққул ва рушди низомҳои
ҳамгироии иттилоотии маркетингӣ;

12. Раванди коркарди нақшаи ҷорӣ ва стратегияи маркетинг.
Мониторинг ва бенчмаркинг. Механизми коркарди барномаҳои
маркетингӣ, методҳои қабул ва амалигардонии онҳо;

14. Раванди коркард ва методҳои татбиқи стратегияи фаъолияти
маркетингӣ. Стратегияи густариши сарҳадҳои бозор ва стратегияи
диверсификатсия;

17. Бунёди каналҳои тақсими маҳсулот ва арзёбии маркетингии
самаранокӣ ҳаракати мол;

18. Асосҳои маркетингӣ баъд бардоштани рақобатпазирии
молҳо/ташкilot, стратегия ва тактикаи пешбурди муборизаи рақобатӣ.
Рақобати нархӣ/ғайринархӣ дар бозори молу хизмат;

23. Самтҳо ва шаклҳои таъкили маркетинг ва мутобиқати онҳо ба шароити тағйирёбандаи иқтисодии Ҷумҳурии Тоҷикистон;

24. Фаъолияти маркетингини банкҳои тижоратӣ. Маркетинги банкӣ. мутобиқ мебошад.

Мавзӯи диссертатсия аз рӯи мақсад, вазифаҳо, объект, предмет ва мазмун тадқиқот ба самти илмӣ пешниҳодшуда мутобиқ буда, ба ҳалли масъалаҳои назариявӣ, методӣ ва амалии рушди стратегияҳои маркетингӣ, истифодаи воситаҳои маркетинг дар фаъолияти банкҳои тижоратӣ, тақмили идоракунии маркетингӣ, баланд бардоштани рақобатпазирии хизматрасониҳои банкӣ ва истифодаи технологияҳои муосири рақамӣ мавриди таҳқиқ қарор гирифтаанд.

2. Мубрамияти мавзӯи диссертатсия

Дар шароити муосир низоми молиявӣ ва бахусус фаъолияти банкҳои тижоратӣ зери таъсири равандҳои ҷаҳонишавӣ, рақамикунонии иқтисодӣ, рушди технологияҳои молиявӣ, афзоиши рақобати бозорӣ ва тағйирёбии талаботи истеъмолкунандагони хизматрасониҳои молиявӣ қарор дорад. Дар чунин шароит истифодаи воситаҳои муосири маркетинг на танҳо воситаи пешбурди хизматрасониҳо, балки яке аз унсурҳои муҳими идоракунии стратегияи фаъолияти банкҳо ба ҳисоб меравад.

Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон низ дар солҳои охир масъалаи баланд бардоштани устувории низоми банкӣ, беҳтар намудани сифати хизматрасониҳои молиявӣ, зиёд намудани эътимоди аҳоли ба таъкилотҳои қарзӣ ва тавсеаи фарогирии молиявӣ аҳамияти махсус касб намудааст. Ҳуҷҷатҳои стратегияи давлатӣ, аз ҷумла Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030 ва дигар барномаҳои давлатӣ зарурати ҷорӣ намудани усулҳои инноватсионии идоракунӣ ва рақамикунонии хизматрасониҳои банкиро ҳамчун самти афзалиятнок муайян намудаанд. Муаллиф ҳамин омилҳоро ҳамчун заминаи асосии интихоби мавзӯ арзёбӣ кардааст.

Мубрамияти мавзӯ инчунин аз он бармеояд, ки фаъолияти қисми зиёди банкҳои тижоратии ҷумҳурӣ ҳанӯз ҳам бештар ба пешниҳоди маҳсулоти анъанавии банкӣ таъян намуда, истифодаи стратегияҳои мукаммали маркетингӣ, идоракунии муносибат бо муштарӣён ва технологияҳои рақамӣ дар сатҳи зарурӣ роҳандозӣ нашудааст. Дар чунин

вазъ таҳияи асосҳои илмӣ тақмили стратегияи маркетингӣ метавонад барои баланд бардоштани рақобатпазирии бонкҳо, васеъ намудани пойгоҳи мизоҷон ва беҳтар гардидани сифати хизматрасониҳои молиявӣ аҳамияти назаррас дошта бошад.

Аз ин рӯ, мавзӯи интихобнамудаи муаллиф ҷавобгӯи талаботи илми иқтисоди муосир буда, дорони аҳамияти баланди илмӣ ва амалист.

3. Дарачаи навгонии натиҷаҳои дар диссертатсия бадастомада ва нуқтаҳои илмӣ барои ҳимоя пешниҳодшаванда

Таҳлили мухтасари диссертатсияи Комилова К.Н. дар мавзӯи «Тақмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар давраи муосир» нишон медиҳад, ки натиҷаҳои илмӣ пешниҳодшуда дорони унсурҳои навгонии илмӣ мебошанд.

Муаллиф масъалаҳои назариявӣ, методологӣ ва амалии стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар давраи муосир дар шароити рақамикунонии иқтисодӣ мавриди таҳқиқ қарор доде, як қатор натиҷаҳои нави илмӣ ба даст овардааст. Аз ҷумла:

- дар асоси омӯзиши таҳаввулоти назарияи маркетинг муносибати муосир нисбат ба моҳияти стратегияи маркетингии фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ ташаккул дода шудааст. Муаллиф стратегияи маркетингиро ҳамчун воситаи идоракунии мутобиқшавандаи фаъолияти бонк дар муҳити тағйирёбандаи бозор арзёбӣ намуда, робитаи онро бо баланд бардоштани устувории молиявӣ ва рақобатпазирӣ дарозмуддати бонкҳо асоснок менамояд;
- дар натиҷаи таҳлили таҷрибаи давлатҳои хориҷӣ имкониятҳои татбиқи модели фаъолияти ба муштарӣ нигаронидашуда барои бонкҳои тиҷоратии Ҷумҳурии Тоҷикистон муайян карда нишон медиҳад, ки татбиқи чунин модел метавонад ба беҳтар гардидани сифати хизматрасонӣ, нигоҳдории мизоҷон ва афзоиши ҳиссаи бозории бонкҳо мусоидат намояд;
- дар асоси арзёбии вазъи бозори хизматрасониҳои бонкии кишвар омилҳои маҳдудкунандаи истифодаи самараноки стратегияи маркетингиро муайян карда, самтҳои асосии тақмили фаъолияти маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ пешниҳод кардааст;
- самтҳои рушди минбаъдаи фаъолияти маркетингии бонкҳо тавассути истифодаи технологияҳои рақамӣ, воситаҳои CRM,

хизматрасониҳои фосилавӣ ва маркетинги муносибатҳо пешниҳод гардидаанд, ки татбиқи онҳо сатҳи каноатмандии муштарӣён, рақобатпазирӣ ва самарапокии фаъолияти бонкхоро баланд мебардорад.

Дар маҷмӯъ, натиҷаҳои илмӣ пешниҳодшуда мантиқан аз мақсад ва вазифаҳои таҳқиқот бармеоянд, бо мухтасарии рисола мувофиқат дошта, дорони аҳамияти назариявӣ ва амалӣ мебошанд.

4. Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаҳо ва тавсияҳои дар диссертатсия зикршуда

Таҳлили диссертатсия нишон медиҳад, ки натиҷаҳои илмӣ бадастомада дар заминаи методологияи муосири таҳқиқоти иқтисодӣ ташаккул ёфта, бо истифода аз усулҳои таҳлили муқоисавӣ, иқтисодӣ-оморӣ, таҳлили системавӣ, гурӯҳбандӣ, таҳлили омилӣ ва усулҳои абстраксияи илмӣ асоснок гардидаанд. Интихоби чунин усулҳои таҳқиқот ба хусусияти мавзӯ мувофиқ буда, имконият додааст, ки масъалаҳои марбут ба ташаккул ва татбиқи стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ аз нуқтаи назари назариявӣ ва амалӣ мавриди омӯзиши ҳамачониба қарор дода шаванд.

Эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот инчунин бо истифодаи доираи васеи сарчашмаҳои иттилоотӣ таъмин гардидааст. Муаллиф аз санадҳои меъёрии ҳуқуқии Ҷумҳурии Тоҷикистон, стратегияҳо ва барномаҳои давлатӣ, маълумоти расмӣ Агентии омори назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, ҳисоботҳои Бонки миллии Тоҷикистон, маълумоти ташкилотҳои қарзӣ, инчунин аз асарҳои олимони ватанӣ ва хориҷӣ истифода намудааст. Ин равиш ба муаллиф имконият додааст, ки хулосаҳо ва пешниҳодҳои худро дар асоси маълумоти воқеӣ ва таҳлили илмӣ асоснок намояд.

Қобили қайд аст, ки пешниҳодҳои илмӣ муаллиф танҳо хусусияти назариявӣ надошта, бо таҳлили фаъолияти воқеии бонкҳои тиҷоратии Ҷумҳурии Тоҷикистон алоқаманд мебошанд. Аз ин рӯ, тавсияҳои пешниҳодшуда аз натиҷаҳои таҳқиқот мантиқан баромада, метавонанд барои тақмили сиёсати маркетингии бонкҳо, баланд бардоштани рақобатпазирии онҳо ва мутобиқ намудани фаъолияти онҳо ба талаботи бозори хизматрасониҳои молиявӣ истифода шаванд.

Дар маҷмӯъ, метавон хулоса намуд, ки натиҷаҳои таҳқиқот аз ҷиҳати илмӣ асоснок, эътимоднок ва аз ҷиҳати методологӣ дуруст таҳия гардида,

барои истифода дар фаъолияти Бонки миллии Тоҷикистон, бонкҳои тижоратӣ ва муассисаҳои илмӣ-тадқиқоти қобили қабул мебошанд.

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

Аҳамияти илмӣ диссертатсия дар рунди минбаъдаи асосҳои назариявӣ ва методологии маркетинги бонкӣ, тақмили равишҳои илмӣ нисбат ба таҳия ва татбиқи стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тижоратӣ ва амиқтар ғардонидани донишҳои илмӣ оид ба идоракунии маркетингӣ дар шароити рақамизатсияи иқтисодиёт ифода меёбад.

Натиҷаҳои илмӣ таҳқиқот метавонанд ҳамчун заминаи назариявӣ ва методологӣ ҳангоми таҳияи корҳои илмӣ-тадқиқотӣ, консепсияҳои илмӣ ва барномаҳои давлатии рушди бозори хизматрасониҳои бонкӣ истифода шаванд. Ҳамчунин, истифодаи онҳо дар таҳқиқоти минбаъдаи илмӣ оид ба маркетинги хизматрасониҳои молиявӣ, идоракунии муносибат бо мизочон, рушди маркетинги рақамӣ ва рақобатпазирии ташкилотҳои қарзӣ мувофиқи мақсад мебошад.

Аҳамияти амалии диссертатсия дар он зоҳир мегардад, ки пешниҳодҳои муаллиф ба тақмили фаъолияти маркетингии бонкҳои тижоратӣ, таҳияи стратегияҳои рушди онҳо, густариши хизматрасониҳои рақамӣ, ҷорӣ намудани низоми идоракунии муносибат бо мизочон (CRM), истифодаи технологияҳои муосири маркетингӣ, омӯзиши талаботи бозор ва таҳияи маҳсулоти нави бонкӣ равона шудаанд. Амалигардонии чунин пешниҳодҳо метавонад ба баланд ғардидани сифати хизматрасонӣ, афзоиши эътимоди аҳоли ба низоми бонкӣ ва беҳтар шудани маъмури рақобатии бонкҳои ватанӣ мусоидат намояд. Натиҷаҳои амалии таҳқиқот метавонанд аз ҷониби **Бонки миллии Тоҷикистон** ҳангоми тақмили сиёсати рушди бозори хизматрасониҳои бонкӣ, аз ҷониби **бонкҳои тижоратӣ** ҳангоми таҳияи стратегияҳои маркетингӣ, нақшаҳои рушди хизматрасонӣ, ҷорӣ намудани технологияҳои рақамӣ, татбиқи системаҳои CRM ва арзёбии самаранокии фаъолияти маркетингӣ, таҳияи дастурамалҳои дохилӣ, стандартҳои хизматрасонӣ ва барномаҳои рушди маҳсулоти нави бонкӣ маъмури истифода қарор гирад.

Аз нуқтаи назари иқтисодӣ, татбиқи натиҷаҳои таҳқиқот метавонад барои баланд бардоштани самаранокии фаъолияти молиявии бонкҳои тижоратӣ, васеъ намудани пойгоҳи мизочон, зиёд намудани ҳаҷми

хизматрасониҳои бонкӣ, беҳтар намудани сифати идоракунии захираҳои молиявӣ, коҳиш додани хароҷоти марбут ба ҷалби мизочон ва баланд бардоштани даромадҳои фаъолияти бонкҳо заминаи мусоид фароҳам оварад. Тавсияҳои пешниҳодшуда метавонанд аз ҷониби Бонки миллии Тоҷикистон ва бонкҳои тиҷоратӣ барои таҳкими рақобатпазирии худ ва низоми бонкӣ ва рушди устувори бозори хизматрасониҳои бонкӣ истифода гарданд. Истифодаи натиҷаҳои иқтисодии таҳқиқот дар фаъолияти ташкилотҳои қарзии молиявӣ, мақомоти давлатӣ таъминкунадаи бозори молиявӣ ва ҳангоми таҳияи барномаҳои рушди низоми бонкӣ метавонад самаранокии истифодаи захираҳои молиявӣ ва сифати қабули қарорҳои идоракуниро баланд бардорад.

Аҳамияти иҷтимоии таҳқиқот дар беҳтар намудани сатҳи дастрасии аҳоли ва субъектҳои соҳибкорӣ ба хизматрасониҳои муносири бонкӣ, таҳкими фарҳанги истифодаи хизматрасониҳои рақамии бонкӣ, баланд гардидани сатҳи фарогирии молиявӣ, рушди муносибатҳои дарозмуддати байни бонкҳо ва мизочон, инчунин таҳкими эътимоди ҷомеа нисбат ба низоми бонкии кишвар ифода меёбад. Натиҷаҳои иҷтимоии таҳқиқот метавонанд ҳангоми амалисозии барномаҳои давлатӣ баланд бардоштани саводнокии молиявии аҳоли, рушди фарогирии молиявӣ, дастгирии соҳибқориҳои хурду миёна ва густариши хизматрасониҳои рақамӣ истифода шаванд. Ҳамчунин, истифодаи онҳо дар фаъолияти муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ ҳангоми таҳияи барномаҳои таълимӣ, китобҳои дарсӣ ва дастурҳои методӣ аз ҷанҳони «Маркетинг», «Маркетинги бонкӣ», «Идоракунии стратегӣ» ва «Фаъолияти бонкӣ» мувофиқи мақсад мебошад.

Дар маҷмӯъ, натиҷаҳои диссертатсия дорон аҳамияти назарраси илмӣ, амалӣ, иқтисодӣ ва иҷтимоӣ буда, тавсияҳои пешниҳоднамудаи муаллиф воқеӣ, аз ҷиҳати иқтисодӣ асоснок ва ба шароити фаъолияти низоми бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон мутобиқ мебошанд.

6. Нашри натиҷаҳои диссертатсия дар маҷаллаҳои тақризшавандаи илмӣ

Аз таҳлили маълумоти дар автореферат ва диссертатсия овардашуда ва фехристи интишороти илмӣ доғалаб бармеояд, натиҷаҳои асосии таҳқиқоти диссертатсионӣ дар маҷаллаҳои илмӣ, маърузаҳо ва гузоришҳои муаллиф дар конференсияҳои байналмилалӣ ва ҷумҳуриявӣ инъикос ёфтаанд.

Аз рӯйи натиҷаҳои таҳқиқот 14 мақолаи илмӣ, аз ҷумла 5 мақола дар маҷаллаҳои тақризшавандаи тавсиянамудаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба нашр расидааст. Мақолаҳои илмӣ муаллиф мазмуну мухтавои асосии диссертатсияро фаро гирифта, инъикос мекунад, ки натиҷаҳои асосии таҳқиқот аз санҷиши илмӣ гузашта, мавриди муҳокимаи ҷомеаи илмӣ қарор гирифта шудааст.

Ҳамзамон, натиҷаҳои таҳқиқот дар фаъолияти ҷорӣ Бонки миллии Тоҷикистон ва ҶДММ ТАҚХ «Стандарт молия» татбиқ гардида, бо маълумотномаҳои дахлдор тасдиқ шудаанд.

Теъдод ва сатҳи интишороти илмӣ доғалаб ба талаботи муқаррарнамудаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобу мебошанд.

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

Диссертатсия Қомилова Қ.Н. дар мавзӯи «Такмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар давраи муосир» ва автореферати он тибқи талабот ва муқаррароти Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба расмият дароварда шудаанд. Сохтор ва тартиби таҳияи диссертатсия ба талаботи қорҳои илмӣ таҳассусӣ ҷавобу буда, ҳамаи қисматҳои асосӣ, аз ҷумла муқаддима, бобҳо, хулоса ва рӯйхати адабиёт мантиқан пайдархам ва мутобиқ ба талаботи методологӣ пешниҳод гардидаанд.

Автореферат мазмун ва сохтори асосии диссертатсияро дуруст инъикос намуда хулосаҳои асосии таҳқиқотро қурра инъикос мекунад.

Матни диссертатсия бо забони илмӣ тоҷикӣ дар сатҳи хуб таҳия гардида, услуби илмӣ, пайдархамии мантикӣ ва талаботи техникаи таҳияи қорҳои диссертатсионӣ асосан риоя шудаанд. Дар маҷмӯъ, барасмиятдарории диссертатсия ва автореферати он ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мутобиқат менамояд.

8. Саҳми шахсии доғалаби дарёфти дараҷаи илмӣ дар раванди таҳқиқот

Таҳлили мухтавои диссертатсия, автореферат ва интишороти илмии муаллиф нишон медиҳад, ки натиҷаҳои асосии таҳқиқот бо иштироки бевосита ва саҳми шахсин доғалаб роҳандозӣ шудааст. Он дар муайянсозии самтҳои асосии тадқиқот ва заминаҳои назариявӣ методологии он, ҷамоварӣ ва қорқарди маълумоти оморӣ ва таҳлилӣ, омузиши таҷрибаи ватанӣ ва хориҷӣ, асоснок намудани ҳулосаҳои назариявӣ ва тавсияҳои амалӣ инъикос мегардад.

Дар боби якуми диссертатсия “Асосҳои назариявии ташаккул ва истифодабарии стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ” (сах. 13–57) муаллиф масъалаҳои назариявӣ ва методологии ташаккули стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ мавриди баррасӣ қарор гирифтааст. Дар он моҳияти иқтисодӣ ва мазмуни маркетинги бонкиро таҳлил намуда, қойғоҳи он дар инзоми идоракунии стратегӣ, хусусиятҳои ташаккули стратегияҳои маркетингӣ ва таҷрибаи давлатҳои пешрафта мавриди омӯзини қарор додааст, ки дар маҷмуъ он дар ташаккулим заминаҳои назариявии диссертатсия аҳамияти калидӣ дорад.

Дар зербоби 1.1 (сах. 13–32) дастоварди асосии илмӣ дар он ифода меёбад, ки муаллиф дар асоси таҳлили интиқодии адабиёти илмӣ таҳаввулоти назарияи маркетинги бонкиро ҷамъбааст намуда, нақш ва қойғоҳи маркетингро ҳамчун воситаи идоракунии стратегияи бонкҳои тиҷоратӣ асоснок қардааст. Ҳамзамон, хусусиятҳои маркетинги бонкӣ дар шароити рушди иқтисоди рақамӣ ва рақобати бозори хизматрасониҳои молиявӣ мунаххас гардидаанд.

Дар зербоби 1.2 (сах. 33–42) муаллиф ҷанбаҳои методологии таҳия ва татбиқи стратегияи маркетингро таҳқиқ намуда, принципҳо, марҳилаҳо ва воситаҳои асосии банақшагирии стратегияи маркетингро дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ тақмил додааст. Дастоварди муҳими илмӣ ин зербоб дар пешниҳод намудани равиши муқаммал оид ба таҳияи стратегияи маркетингӣ бо дарназардошти хусусиятҳои фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ мебошад.

Дар зербоби 1.3 (сах. 43–57) таҷрибаи давлатҳои хориҷӣ оид ба истифодаи стратегияҳои маркетингӣ, технологияҳои рақамӣ ва идоракунии муносибат бо муштарӣён (CRM) таҳлил гардидааст. Дастоварди илмӣ ин зербоб дар муайян намудани унсурҳои таҷрибаи байналмилалӣ, ки метавонанд ба шароити Ҷумҳурии Тоҷикистон мутобиқ қарда шаванд, ифода меёбад.

Дар боби дуюми диссертатсия “Таҳлил ва арзёбии татбиқи стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тижоратӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон” (сах. 58–109) вазъи муносири фаъолияти маркетингии бонкҳои тижоратии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар асоси маълумоти оморӣ ва ҳисоботҳои расмӣ таҳлил гардидааст. Муаллиф тамоюлҳои рушди бозори хизматрасониҳои бонкӣ, сатҳи истифодаи стратегияҳои маркетингӣ, ҳолати рақобат, инчунин омилҳои таъсиррасон ба самаранокии фаъолияти маркетингиро арзёбӣ намуда, мушкилоти мавҷударо муайян кардааст.

Дар зербоби 2.1 (сах. 58–75) дастоварди асосии илмӣ дар таҳлили ҳамаҷонибаи вазъи бозори хизматрасониҳои бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон ва муайян намудани тамоюлҳои асосии рушди он ифода меёбад. Дар асоси таҳлили нишондиҳандаҳои оморӣ омилҳои таъсиррасон ба рушди фаъолияти маркетингии бонкҳои тижоратӣ муайян гардидаанд.

Дар зербоби 2.2 (сах. 76–91) муаллиф раванди ташаккул ва татбиқи стратегияҳои маркетингиро дар фаъолияти бонкҳои тижоратӣ арзёбӣ намуда, нуксонҳои мавҷуда дар ташкили фаъолияти маркетингӣ ва истифодаи воситаҳои рақобатиро муайян кардааст. Дастоварди муҳими илмӣ ин зербоб дар асоснок намудани зарурати тақмили сиёсати маркетингӣ ҳамчун воситаи баланд бардоштани рақобатпазирии бонкҳо мебошад.

Дар зербоби 2.3 (сах. 92–109) усулҳои омӯзиш ва арзёбии талаботи муштариён таҳлил гардида, таъсири онҳо ба интихоби стратегияҳои маркетингӣ асоснок карда шудааст. Дастоварди асосии илмӣ ин зербоб дар пешниҳоди роҳҳои тақмили муносибатҳои бонкҳо бо муштариён ва баланд бардоштани сатҳи каноатмандии онҳо мебошад.

Дар боби сеюми диссертатсия “Самтҳои тақмили стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тижоратӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон” (сах. 110–152) самтҳои афзалиятноки тақмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тижоратӣ пешниҳод шудаанд. Муаллиф дар асоси натиҷаҳои таҳлил модели фаъолияти ба муштарӣ нигаронидашуда, механизмҳои истифодаи технологияҳои рақамӣ ва роҳҳои баланд бардоштани рақобатпазирии бонкҳои тижоратиро таҳия намудааст. Мазмуни ин боб аҳамияти махсуси амалӣ дошта, қисми асосии пешниҳодҳои илмӣ ва тавсияҳои муаллифро дар бар мегирад.

Дар зербоби 3.1 (сах. 110–122) дастоварди асосии илмӣ дар таҳия ва асоснок намудани модели фаъолияти ба муштарӣ нигаронидашуда ҳамчун воситаи баланд бардоштани самаранокии фаъолияти маркетингии бонкҳои

тиҷоратӣ мебошад. Муаллиф механизмҳои таънаққули муносибатҳои дарозмуддат бо муштариён ва таъсири онҳо ба рақобатпазирӣи бонкҳоро асоснок кардааст.

Дар зербоби 3.2 (сах. 123–136) роҳҳои истифодаи технологияҳои муносири маркетингӣ, маркетинги рақамӣ ва низоми идоракунии муносибат бо муштариён (CRM) таҳқиқ гардидаанд. Дастоварди илмӣи ин зербоб дар асоснок намудани зарурати ҷорӣ намудани технологияҳои рақамӣ ҳамчун самти муҳими рушди фаъолияти маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ ифода меёбад.

Дар зербоби 3.3 (сах. 137–152) муаллиф самтҳои афзалиятноки такмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратиро пешниҳод намуда, маҷмӯи ҷорабиниҳои илмӣ ва амалиро барои баланд бардоштани рақобатпазирӣ, рушди хизматрасониҳои рақамӣ, такмили сиёсати маркетингӣ ва мутобиқ намудани фаъолияти бонкҳо ба талаботи иқтисоди рақамӣ асоснок кардааст. Махз дар ин зербоб натиҷаҳои асосии илмӣ ва тавсияҳои амалии диссертатсия ҷамъбааст гардидаанд.

Дар қисмати “Хулоса ва тавсияҳо” муаллиф натиҷаҳои асосии илмӣи таҳқиқотро инъикос намуда, маҷмӯи пешниҳодҳои назариявӣ ва тавсияҳои амалиро баҳри тақвияти стратегияи маркетингии бонкҳои ватанӣ дар шароити муносири Ҷумҳурии Тоҷикистон таҳия намуда аст, ки барои татбиқ дар фаъолияти Бонки миллии Тоҷикистон ва бонкҳои тиҷоратӣ аҳамияти амалӣ дорад.

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

Бо вучуди сатҳи баланди илмию назариявӣ ва аҳамияти амалии диссертатсия, дар он баъзе нуктаҳои баҳсталаб ва эродҳои ҷой доранд, аз он ҷумла:

1. Дар боби дуюми диссертатсия таҳлили вазъи бозори хизматрасониҳои бонкӣ асосан ба нишондиҳандаҳои умумии фаъолияти бонкҳо таъна мекунад. Барои баланд бардоштани арзиши таҳлил мувофиқи мақсад мебуд, агар муаллиф натиҷаҳои мукоисавии фаъолияти якчанд бонкҳои пешсафи ҷумҳуриро аз рӯи нишондиҳандаҳои самаранокии маркетингӣ, ҳиссаи бозор ва сатҳи қаноатмандии мизочон муфассалтар пешниҳод менамуд.

2. Ҳангоми таҳлили таҷрибаи хориҷӣ бештар таҷрибаи давлатҳои аврупоӣ ва баъзе кишварҳои пешрафта истифода шудааст. Барои мутобиқ намудани натиҷаҳои таҳқиқот ба воқеияти иқтисоди миллий, истифодаи таҷрибаи кишварҳои Осиёи Марказӣ, бахусус Қазоқистон ва Ўзбекистон, метавонист муқоисаи илмиро боз ҳам ғанӣ гардонад.

3. Дар қисмати тавсияҳои амалӣ масъалаҳои истифодаи технологияҳои рақамӣ ва CRM мавриди баррасӣ қарор гирифтаанд, аммо механизми иқтисодии арзёбии самаранокии татбиқи онҳо (масалан, ҳисоб намудани самаранокии иқтисодӣ, давраи бозгашти сармоягузорӣ ё нишондиҳандаҳои KPI) ба таври муфассал ҷикое нагардидааст.

4. Баъзе пешниҳодҳои вобаста ба такмили стратегияи маркетингӣ хусусияти умумӣ дошта, барои як гурӯҳи муайяни бонкҳои тиҷоратӣ таҳия шудаанд. Агар тавсияҳо вобаста ба гурӯҳҳои гуногуни бонкҳо (бонкҳои калон, миёна ва хурд) ҷудоғона пешниҳод мегардиданд, арзиши амалии онҳо боз ҳам баландтар мешуд.

Эродҳои зикршуда хусусияти тавсиявӣ дошта, ба аҳамияти илмӣ ва арзиши амалии диссертатсия таъсири манфӣ намерасонанд ва метавонанд аз ҷониби муаллиф дар таҳқиқотҳои оянда ба иннобат гирифта шаванд.

10. Хулосаи ҷамбасти

Диссертатсияи Комилова Камила Наврӯзовна дар мавзӯи «Такмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар давраи муосир» таҳқиқоти муस्ताкили анҷомёфтаи илмӣ буда, ба ҳалли масъалаи муҳими илмӣ ва амалии такмили стратегияи маркетингии фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ бахшида шудааст. Дар диссертатсия масъалаҳои назариявӣ, методологӣ ва амалии мавзӯ бо пайдарпайии мантиқӣ таҳқиқ гардида, натиҷаҳои нави илмӣ ва тавсияҳои амалӣ пешниҳод шудаанд, ки метавонанд дар рушди фаъолияти маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ ва такмили низоми идоракунии онҳо мавриди истифода қарор гиранд.

Натиҷаҳои таҳқиқот аз ҷиҳати илмӣ асоснок буда, дорои аҳамияти назариявӣ ва амалӣ мебошанд. Навгониҳои илмӣ пешниҳодшуда ба талаботи корҳои илмӣ таҳассусӣ ҷавобгӯ буда, хулосаҳо ва тавсияҳои муаллиф барои истифода дар фаъолияти мақомоти давлатӣ, Бонки миллии Тоҷикистон, бонкҳои тиҷоратӣ, муассисаҳои илмӣ ва муассисаҳои таҳсилоти олии касбӣ қобили қабул мебошанд.

Диссертатсияи **Комилова К.Н.** ба талаботҳои муқаррарнамудаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯ буда, муаллифи он барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзоди илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг) сазовор мебошад.

МУҚАРРИЗИ РАСМӢ,

**Муовини Вазири маориф ва
илми Ҷумҳурии Тоҷикистон,
д.и.и., профессор**



Иброҳимзода И.Р.

Имзои Иброҳимзода И.Р. ро тасдиқ менамоям:

**Сардори Раёсати кадрҳои
корҳои махсуси Вазорати маориф
ва илми Ҷумҳурии Тоҷикистон**



Саъдуллозода Ш.

_____ с. 2026

Суроға: ш. Душанбе, к. Нисормухаммад 13а

Е_mail: mort@maorif.tj

Телефон: +992-227-76-86