

«Тасдиқ менамоям»
Ректори Донишгоҳи давлатии
тиҷорати Тоҷикистон, д.и.т.,
профессор  Назарзода Х.Х.
«»  соли 2026



ТАҚРИЗИ

муассисаи пешбар - Донишгоҳи давлатии Тиҷорати Тоҷикистон, ба диссертатсияи Комилова Камила Наврузовна дар мавзуи «Такмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар давраи муосир», ки барои дарёфти дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯйи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг) пешниҳод шудааст.

Мутобиқати диссертатсия ба ихтисос ё соҳаи илм, ки аз рӯйи он диссертатсия ба ҳимоя пешниҳод шудааст

Диссертатсияи мазкур ба талаботи бандҳои зерини Шиносномаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон аз рӯйи ихтисоси 5.2.26. – Маркетинг мувофиқ мебошад: 2. Дастгоҳи мафҳумии методологии маркетинг. Таҳаввулотҳои концепсияи маркетинг. Концепсияи муосири маркетинги иҷтимоӣ; 3. Асосҳои назариявӣю методологии таҳқиқоти маркетингӣ. Методҳои коркарди проблемаҳои идоракунии маркетинг. Технологияҳои муосири гузаронидани таҳқиқоти 11 маркетингии бозорҳои молу хизматрасониҳо; 7. Низомҳои муосири маркетингӣ. Ташаккул 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 самаранокии ҳаракати мол; 18. Асосҳои маркетингии баланд бардоштани рақобатпазирии молҳо/ташкilot, стратегия ва тактикаи пешбурди муборизаи рақобатӣ. Рақобати нархӣ/ғайринархӣ дар бозори молу хизмат; 23. Самтҳо ва шаклҳои ташкили маркетинг ва мутобиқати онҳо ба шароити тағйирёбандаи иқтисодиёти Ҷумҳурии Тоҷикистон; 24. Фаъолияти маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ. Маркетинги бонкӣ.

Мубрам будани мавзун диссертатсия

Дар марҳалаи кунунӣ, таҳти таъсири дигаргуниҳои гуногунвекторӣ, инчунин хавфу таҳдидҳои муносири беруна, ки аз вазъи ноустувори бозорҳои молиявии ҷаҳонӣ минтақавӣ бармеоянд, вазъият дар бозори хизматрасониҳои бонкӣ таҳти фишори омилҳои дохилӣ низ ба таври кулӣ дигаргун мешавад. Ин раванд боиси гузариши устувори фаъолияти ташкилотҳои қарзии тиҷоратӣ аз консепсияи «бозори фурӯшанда» ба «бозори харидор» гардида, мавқеъ ва нақши муштариёро дар ин муҳит ба таври назаррас устувор мегардонад. Дар ин замина, барои таъмини устувори молиявӣ ва рақобатпазирии дарозмуддати бонкҳои ватанӣ, тақвият бахшидани фаъолияти онҳо дар асоси стратегияҳои маркетингӣ, ҳамчун фишанги муносири нигаронидашуда ба қонеъкунии ниёзҳои мизочон, амри зарурӣ махсуб меёбад.

Дар шароити муносири глобализатсия ва гузариш ба иқтисоди рақамӣ, бозори хизматрасониҳои бонкӣ зери таъсири шадиди рақобат ва тағйирёбии босуръати талаботи муштариён қарор дорад. Паҳншавии технологияҳои молиявӣ (FinTech), пайдоиши небонкҳо ва рақамисозии занҷираҳои арзиш аз бонкҳои тиҷоратӣ тағйироти куллии моделҳои тиҷоратиро талаб мекунад. Дар ин замина, стратегияҳои анъанавии маркетингӣ, ки танҳо ба фурӯши маҳсулот нигаронида шудаанд, самаранокии ҳудро гум карда, зарурати таҳияи равишҳои нави стратегиро ба миён меоранд.

Бинобар ин, таҳқиқи заминаҳои назариявӣю методиҳои стратегияи маркетингӣ ҳамчун унсури калидии низоми идоракунии муносири бонкҳои тиҷоратӣ, мубрамият ва зарурияти илмӣ ин таҳқиқоти диссертатсиониро муайян месозад.

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

Аз таҳқиқоти илмӣ бармеояд, ки ҳадафи таҳқиқоти диссертатсионӣ аз таҳияи муқаррароти илмӣ-методӣ ва тавсияҳои татбиқшаванда оид ба тақмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар давраи муосир иборат мебошад. Барои ба ин ҳадаф расидан, унвонҷӯ вазифаҳои таҳқиқотро пешниҳод намудааст, ки ҳалли онҳо ба ташаккули навгонии илмӣ таҳқиқоти диссертатсионӣ мусоидат намуданд. Таҳқиқи рисолаи номбурда нишон дод, ки нуктаҳои зерин, ки ба ҳайси унсурҳои навгонии илмӣ муаррифӣ шуданд, дар ҳақиқат дар рисола ва автореферати қори илмӣ ҷой доранд ва аз таҳлилу натиҷагирӣҳои муаллифи рисола сарчашма мегиранд.

Дар чараёни таҳкикот натиҷаҳои нави илмӣ зерин ба даст оварда шудаанд:

- Асосноккунии назариявӣ консепсияи маркетингӣ: Таҳаввули назариявӣ стратегияи маркетингии бонкҳои тиҷоратӣ таҳқиқ ва зарурати гузариш ба модели ба муштариён нигаронидашуда исбот гардид; таърифи муаллифии мафҳуми «стратегияи маркетингӣ» ҳамчун низоми мутобиқшавандаи банақшагирӣ ва идоракунии фаъолияти бонк дар муҳити тағйирёбанда, ки ба ташаккули афзалиятҳои дарозмуддати рақобатӣ ва устувории пойгоҳи муштариён нигаронида шудааст, пешкаш карда шудааст.

- Арзёбии концептуалӣ ва татбиқи таҷрибаи хориҷӣ: Дар асоси қиёси таҷрибаи байналмилалӣ, бартарихҳои модели ба муштариён нигаронидашуда нисбат ба модели анъанавӣ муайян ва нақши он дар боло бурдани иқтисодии рақобатпазирии бонкҳои тиҷоратии Тоҷикистон исбот карда шудааст.

- **Такмили методологии низоми бонкии ҷумҳурӣ:** Вазъи муосири бозори хизматрасониҳои бонкӣ арзёбӣ гардида, роҳи усулҳои такмили низоми бонкии Тоҷикистон дар заминаи татбиқи стратегияҳои муосири маркетингӣ қоркард ва пешниҳод шуданд.

- **Муайянсозии самтҳои афзалиятноки рушд:** Самтҳои стратегияи такмили маркетинги бонкӣ, аз ҷумла татбиқи модели ба муштариён нигаронидашуда ва рақамсозии хизматрасониҳо ҳамчун заминаи асосии баланд бардоштани эътимоди аҳоли, дастрасии маҳсулот ва қоҳиши хароҷоту хавфҳо дар давраи дарозмуддат муайян гардиданд.

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

Таҳлили муҳтавои диссертатсия нишон медиҳад, ки арзиши илмӣ ин таҳқиқот фарогир ва асосан аз асосноккунии назариявӣ ва қоркарди методологии такмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ бармеояд. Натиҷаҳои бадастомада метавонанд ҳамчун пояи илмӣ ва методологӣ барои таҳқиқоти минбаъда дар ин самт хизмат кунанд. Хусусан, тавсияҳои пешниҳодгардида дар доираи таҳлили назариявӣ амалии равиши маркетинг дар соҳаи бонкҳои тиҷоратӣ имконият медиҳанд, ки доираи донишҳои илмӣ онд ба идоракунии стратегияи маркетинги рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар шароити муосир фарохтар гарданд.

Аҳамияти амалӣ ва иқтисодии натиҷаҳои диссертатсия дар он зоҳир мегардад, натиҷаҳои диссертатсия тавассути он арзёбӣ мешаванд, ки принсипҳо ва пешниҳодоти таҳиякардашуда метавонанд дар таҳия ва амалӣ намудани стратегияи миллии рушди бозори муносибатҳои пуливу молиявӣ истифода шаванд. Тавсияҳои муаллиф онд ба ташкил ва васеъкунии

инфрасохтори маркетинг, баланд бардоштани самаранокии фаъолият, стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тичоратӣ татбиқи амалӣ пайдо кунанд.

Такмили стратегияи маркетингии бонкҳои тичоратӣ дар давраи муосир аз ҷиҳати иҷтимоӣ маънои гузариш аз фурӯши оддии хизматрасониҳо ба ҳифзи манфиатҳо, баланд бардоштани некӯахлоқии ҷомеа ва таъмини дастрасии баробари молиявиро дорад. Дар шароити муосир, маркетинг танҳо воситаи ҷалби муштарӣ нест, балки механизми ҳалли масъалаҳои муҳими иҷтимоӣ мебошад.

Дар маҷмӯъ, тавсияҳо ва пешниҳодҳои таҳиягардида метавонанд ҳамчун абзори муассири сиёсати давлатӣ дар баҳши молия, хусусан бонкҳои тичоратӣ хизмат намуда, аз ҷониби мақомоти марказӣ ва маҳаллии ҳокимияти иҷроия, сохторҳои соҳаи молия ва муассисаҳои молиявӣ дар амал татбиқ ёбанд. Ин кор заминаи устувори рушди инноватсионӣ ва рақобатпазирии соҳаи бонкҳои тичоратии кишварро таъмин мекунад.

Аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот. Муқаррароти методологии пешниҳодшудаи муаллиф, ки дар таҳқиқоти диссертатсионӣ мавҷуданд, ҳам заминаи назариявӣ-методологии татбиқи сиёсати муосири маркетингро ҳамчун воситаи такмили фаъолияти бонки тичоратӣ рушд медиҳанд ва ҳам тавсияҳои амалии таҳияшудаи воситахоро барои омӯзиши ниёзҳои субъектҳои баҳши воқеӣ ва таҳияи маҳсулот ва хизматрасонии мувофиқи бонкӣ ва роҳҳои пешбурди онҳо дар асоси технологияҳои рақамӣ васеъ мекунад, ба баланд бардоштани самаранокии қарорҳои идоракунӣ ва сатҳи рақобатпазирии бонкҳои тичоратӣ дар шароити афзоиши рақобати ҷаҳонӣ ва зуҳури мушкилот ва таҳдидҳои нав нигаронида шудаанд.

Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот

Дарачаи эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқот бо таҳқиқоти назариявӣ ва амалӣ, муқаррароти пешниҳодшуда, эътимоднокии маълумотҳо ва қарорди илмӣ омории натиҷаҳо, интишороти муаллиф таъмин гардидааст. Хулоса ва тавсияҳо ба таҳлили илмӣ таҳқиқот асос ёфтаанд.

Саҳми довталаб дар он инъикос меёбад, ки марҳилаҳои татбиқи нақшаи таҳқиқоти илмӣ — аз интиҳоби мавзӯ ва асосноккунии он то муайян сохтани мақсад, вазифаҳо ва арзёбии аҳамияти онҳо — бо иштироки бевоситаи унвонҷӯ тарҳрезӣ гардидаанд.

Хулосаҳои назариявӣ-методӣ ва тавсияҳои амалии диссертатсия дар маҷмӯи конференсияҳои сатҳи байналмилалӣ, ҷумҳуриявӣ ва донишгоҳӣ дар солҳои 2020-2025, инчунин конференсияи ҷумҳуриявии илмӣ назариявӣ дар мавзӯи «Такмили механизми молиявӣ қарзии тараққиёти иқтисоди миллӣ», Донишгоҳи миллии Тоҷикистон, (Душанбе, 5 октябри

соли 2021); конференсияи байналмилалӣ 15-уми илмию амалӣ (Нурсултон, Қазоқистон, 10-15 декабри 2021), конференсияи байналмилалӣ илмӣ-амалӣ дар мавзуи «Такмили муносибатҳои молиявӣ қарзӣ ҳамчун асоси ноил шудан ба мақсади чоруми умумимиллӣ - рушди босуръати индустриалии мамлакат», Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкорӣи Тоҷикистон. (Душанбе, 28 майи соли 2022); конференсияи илмӣ-амалии ҷумҳуриявӣ дар мавзуи «Рушди низомӣ бонкии Ҷумҳурии Тоҷикистон дар шароити муосир: муаммоҳои рушд ва роҳҳои ҳалли онҳо», ДДМИТ, (11-уми март соли 2023), конференсияи илмӣ-амалии ҷумҳуриявӣ дар мавзуи «Таҳкими сиёсати андозӣ-бучетӣ дар марҳилаи нави рушди мамлакат», Институти иқтисодиёт ва демографияи АМИТ (31 майи соли 2024) баррасӣ шудаанд.

Мазмунӣ кори диссертатсионӣ

Диссертатсияи тақризшаванда аз мукаддима, се боб, хулоса ва пешниҳодҳо, замима, рӯйхати адабиёти истифодашуда, ки 208 номгӯйро дар бар мегирад, иборат аст. Кори диссертатсионӣ дар 195 саҳифаи матни компютерӣ баён гашта, 22 чадвал, 22 расм ва 4 замиро фаро гирифтааст.

Дар **мукаддима** аҳамияти мавзуи таҳқиқот ошкор карда шуда, ҳадаф, вазифаҳо, объект, предмет, навоари илмӣ ва аҳамияти амалии натиҷаҳои бадастомада муайян карда шудааст.

Дар боби якум «Асосҳои назариявии ташаккул ва истифодабарии стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ» муаллиф ба баррасии асосҳои назариявии маркетинги бонкӣ ҳамчун унсурҳои низомӣ идоракунии бонки тиҷоратӣ, омӯзиши ҷанбаҳои методии истифодаи стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ ва истифодаи таҷрибаи хориҷии таҷбиқи стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ таваҷҷуҳи хоса зоҳир намудааст (сах. 13–57).

Муаллиф хеле ба маврид зикр менамояд, ки истифодаи усули воситаҳои маркетингӣ дар низомӣ идоракунии бонки тиҷоратӣ мавқеи калидӣ дошта, бо воситаи истифодаи онҳо маълумотҳои зарурӣ барои қабули қарорҳои идоракунии стратегӣ ва оперативӣ шароити фароҳам ташаккул мебарорад (сах. 13).

Муҳимияти таҳқиқ дар он аст, ки дар шароити рақамизатсияи босуръат ва рақобати шадид, стратегияи нави маркетингӣ барои бонкҳои тиҷоратӣ на танҳо воситаи ҷалби муштарӣ, балки механизми асосии таъмини устувории молиявӣ ва инклюзияи иҷтимоӣ мебошад. Такмили ин стратегия имкон медиҳад, ки дастрасии тамоми табақаҳои ҷомеа ба хизматрасониҳои муосирӣ молиявӣ таъмин гардида, маърифати молиявии

аҳоли баланд бардошта шавад. Дар ниҳоят, ин раванд ба рушди соҳибкорӣ, таъсиси ҷойҳои корӣ ва устувории умумии иқтисодиёи иҷтимоии кишвар мусоидат менамояд.

Аз ин лиҳоз, зарурати истифодаи стратегияи маркетингӣ ҳамчун зернизоми муосири идоракунии, ки тамоми унсурҳои ташкилотро муттаҳид намуда, онҳоро ба самти бозор ва қонеъ кардани талаботи муштарӣ дар муҳити берунаи тағйирёбанда, ки истифодаи маҷмӯи усулҳо ва роҳҳои ба даст овардани ҳадафи дарозмуддати асосиро муайян мекунад ва сценарийҳои гуногуни татбиқ гаштани онро пешбинӣ менамояд, зарур аст (саҳ. 24).

Дар ин ҷода чунин хулосабарорӣ кардан мумкин аст, ки стратегияи маркетингӣ — ин низоми мукамал ва мутобиқшавандаи таҳлил, банақшагирӣ ва идоракунии фаъолияти бонки тижоратӣ дар муҳити тағйирёбандаи муносибатҳои бозорӣ зерин таъсири омилҳои дохилӣ ва беруна, ки ба ташаккули афзалиятҳои дарозмуддати рақобатӣ, афзоиши шумора ва устувории пойгоҳи муштарӣ, истифодаи самараноки захираҳои молиявӣ бо мақсади таъмини рақобатпазирӣ ва самаранокии устувор нигарон шудааст мебошад (саҳ. 28).

Барои ноил шудан ба рушди устувор ва пайвастаи бахши бонкӣ, ҷорӣ кардани таҷрибаи пешқадами ҷаҳонии маркетингӣ, ки дар кишварҳои рӯ ба рушд самаранок истифода мешавад, амри зарурӣ мебошад. Аз ин рӯ, омӯзишу таҳлили амиқи стратегияҳои маркетингии бонкҳои хориҷӣ имкон медиҳад, ки моделҳои муваффақи онҳо дар низоми идоракунии бонкҳои ватанӣ бомуваффақият татбиқ карда шаванд.

Дар раванди таҳқиқот муаллиф зикр менамояд, ки дар ҷаҳони муосир таҷрибаи назаррас дар татбиқи бомуваффақияти маркетинги стратегӣ дар бонкҳои тижоратӣ барои рафъи вазъи бухронӣ пас аз бухрони молиявии соли 2008 низ ҷамъ оварда шудааст. Онҳо низ барои барқарорсозии эътимод ва муоширати самаранок бо муштарӣ равона шуда, фаъолияти бонкро ба ниёзҳои онҳо нигарон мекунад. Таҳлили ҳолатҳои воқеӣ нишон медиҳад, ки маркетинги стратегӣ на танҳо зарари бонкҳо коҳиш медиҳад, балки ҳолати бухрониро ба имкониятҳои нав барои рушди минбаъда ва мустаҳкам кардани мавқеи рақобатпазирӣ табдил медиҳад (саҳ. 54).

Барои ноил гардидан ба натиҷаҳои дилхоҳ ва таҳкими мавқеи бонкҳои тижоратии Тоҷикистон дар бозорҳои дохилӣ ва хориҷӣ, зарур аст, ки онҳо стратегияи маркетингӣ ва ҷузъҳои муҳими онро ба таври васеъ бо истифодаи таҷрибаи бонкҳои пешқадами хориҷӣ дар фаъолияти худ татбиқ намоянд.

Боби дуюм ба «Таҳлил ва арзёбии татбиқи стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ дар Тоҷикистон» бахшида шудааст, ки дар он таҳлили вазъи муосири бозори хизматрасониҳои бонкӣ, арзёбии раванди ташаккул ва татбиқи стратегияи маркетингӣ дар бонкҳои тиҷоратӣ ва усулҳои арзёбии талаботи муштарӣ дар раванди татбиқи стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ мавриди таҳқиқ қарор дода шудааст (сах. 58-109). Яъне, хулоса кардан мумкин, ки фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ ва бозори хизматрасониҳои бонкӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон дар асоси низоми бисёрсатҳаи маҷмӯи меъёрҳои ҳуқуқӣ ва иқтисодӣ ба роҳ монда шудааст. Бо назардошти фаъолияти бонкҳои тиҷоратии ватанӣ дар шароити рушди босуръати иқтисодиёти миллӣ ва ҷаҳонишавии равандҳои молиявӣ, чунон ки дуруст қайд гардидааст: “мутобикати онҳо бояд ба стандартҳои байналмилалӣ роҳандозӣ шавад (сах.59).

Натиҷаҳои таҳлил гувоҳӣ медиҳанд, ки нақши бахши бонкӣ дар пешрафти иқтисодиёти Тоҷикистон рӯ ба коҳиш ниҳодааст. Сабаби ин дар он аст, ки маблағгузориҳои асосии иқтисоди миллӣ аз ҳисоби сармояи мустақими хориҷӣ ва қарзҳои беруна сурат гирифта, вобастагии молиявии кишварро аз омилҳои берунӣ афзун менамояд.

Аз ин рӯ, пажӯҳиши раванди тарҳрезӣ ва роҳандозии стратегияи маркетингӣ дар бонкҳои тиҷоратии Тоҷикистон на танҳо мавқеъ ва рақобатпазирии онҳоро дар бозори дохилӣ устувор мекунад, балки ҷиҳати коҳиши хавфҳо, ҳифзи эътимоди муштарӣ ва боло бурдани самаранокии соҳа аҳамияти калидӣ дорад.

Нуктаи назари муаллиф хеле ҷолиб аст, зеро барои муайян ва арзёбӣ намудани нуксонҳо дар раванди истифодаи стратегияи маркетингӣ дар бонкҳои тиҷоратии ватанӣ ва илман асоснок кардани тавсияҳо барои тақмили он дар доираи методологияи таҳқиқоти мазкур дар сатҳи бонкҳои тиҷоратӣ ва самтҳои асосии фаъолияти онҳо (молиявӣ, амонатҳо, қарзҳо, сармоя ва дигар) таҳқиқот муҳим аст. Аз ин лиҳоз, арзёбии истифодаи дурусти стратегияи маркетингӣ дар низоми идоракунии бонкҳои тиҷоратӣ зарур аст (сах. 77).

Дар умум, низоми бонкӣ ва аксари бонкҳои тиҷоратии Тоҷикистон ҳоло дар марҳилаи гузариш аз модели маркетинги анъанавӣ ба модели стратегияи маркетингӣ қарор доранд. Барои ноил шудан ба сатҳи мукамал ба онҳо зарур аст, ки ташкили воҳидҳои мустақили маркетингӣ, ҷорӣ намудани технологияҳои муосири таҳлили бозор ва CRM, баланд бардоштани савияи тахассусии кормандони соҳаи маркетинг ва

ҳамоҳангсозии стратегияи маркетинги бо Стратегияи умумии рушди дарозмуддати бонк татбиқ намоянд.

Ин иқдомҳо имкон медиҳад, ки бонкҳои Тоҷикистон аз рақобати нархӣ берун рафта, ба рақобати арзишӣ ва инноватсионӣ мегузаранд, ки он омили асосии рушди устувори низоми бонкӣ дар шароити муосири иқтисодӣ хоҳад буд. Аммо, гуфтан ҷоиз аст, ки ҳолати кунунӣ хеле ташвишовар аст, бо назардошти он, ки иқтисодиёти миллии Тоҷикистон, ҳамчун иқтисоди кушод ва хурд расман арзёбӣ гаштааст. Хусусияти он ин доимо зери таҳдидҳои беруна ҷой доштани иқтисодиёти миллий ва сатҳи баланди номуайяниҳо, ки боиси пайдо гаштани хавфҳои гуногун дар марҳилаи миёна ва дарозмуддат мебошанд(сах. 81).

Татбиқи стратегияҳои маркетингӣ дар пажӯҳиши бозори молиявӣ ва таҳкими муносибатҳои мутақобила усули калидии беҳбуди вазъи иқтисодии бонкҳои тиҷоратӣ ва мизочони онҳо ба шумор меравад. Бо вучуди ин, бартарии модели анъанавии маркетинг дар фаъолияти бонкҳо боиси коҳиши самаранокӣ сохторҳои марбута гардидааст.

Аз ин рӯ, таҳлили мунтазами бозор ва муайян кардани ниёзҳои муштарӣро воқеию эҳтимолӣ ба сохтори менеҷменти бонкӣ имкон медиҳад, ки тавассути гузариш ба модели мизочмехвар (клиентоориентированный) рақобатпазирии худро ба таври назаррас афзоиш диҳад.

Боби сеюм «Самтҳои тақмили стратегияи маркетингӣ дар фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ дар Тоҷикистон»-ро пайгирӣ намуда, ба зарурияти татбиқи модели фаъолияти ба муштарӣ нигаронидашуда дар бонкҳои тиҷоратӣ, истифодаи технологияҳои муосири стратегияи маркетингӣ дар бонкҳои тиҷоратӣ ва самтҳои афзалиятноки тақмили стратегияи маркетингӣ дар бонкҳои тиҷоратӣ аҳамияти хоса зоҳир карда шудааст (сах.110-152).

Имрӯзҳо ҷорӣ намудани маркетинги стратегӣ сохтори идоракунии бонкҳои тиҷоратии кишварро дигаргун сохта, гузариши устувори онҳоро ба модел ва низоми муштаримехвар кафолат медиҳад.

Муаллиф ба маврид кайд менамояд, ки гузариш ба модели ба муштарӣ нигаронидашуда дар бонкҳои тиҷоратӣ танҳо тавассути истифодаи маркетинги стратегӣ имконпазир аст. Маркетинги стратегӣ ба бонкҳо барои таҳлили ҳамаҷонибаи вазъи дохилӣ, муайян кардани самтҳои афзалиятноки рушд ва мутобик кардани хизматрасониҳо ба талаботи муштарӣ мусоидат мекунад (сах. 115).

Дар шароити рушди рақамсозии иқтисодиёти миллий, рақамикунонии фаъолияти бонкҳои тиҷоратӣ ҳамчун яке аз самтҳои калидии стратегияи

маркетингӣ ва идоракунии самаранок баромад намуда, барои коҳиши хароҷотҳои молиявӣ ҳуди бонкҳои тиҷоратӣ ва ҳам хароҷоти вақт ва маблағи муштариён имкониятҳои фароҳам таъмин мекунад (сах. 127).

Ҳангоми таҳқиқот муаллиф ба нуктаи назари зерин аҳамияти ҳоса зоҳир намудааст, аз ҷумла роҳандозии абзорҳои муосири маркетингӣ ва рақамикунонии коммуникатсияҳо қисми ҷудонашавандаи фаъолияти бонкҳои тиҷоратии Тоҷикистонро ташкил медиҳад. Ин раванд дар шароити бӯҳронҳои молиявӣ ва таҳдиди муфлисшавӣ, ҳамчун воситаи меҳвари барқарор намудани устувории низом ва таъмини рушди дарозмуҳлати он хизмат мекунад.

Диссертатсияи Комилова Камила Наврузовна бо забони давлатӣ навишта шуда, хулоса ва натиҷаҳои таҳқиқот ҷавобгӯи талабот буда, мавқеи намоёни назариявӣ амалиро соҳиб мебошанд. Диссертант ва рисолаи илмӣ зинаҳои гуногуни санҷишхоро муваффақона паси сар намудаанд.

Интишорот аз рӯи натиҷаҳои диссертатсия.

Интишороти муаллиф нуктаҳои асосӣ, навлониҳо, иқтибосҳои илмӣ ва хулосаву пешниҳодҳои дар диссертатсия дарҷгардидаро фарогир буда, дар маҷмӯ аз рӯи мавзӯи диссертатсия 14 мақолаи илмӣ, аз он ҷумла, 5 мақола дар маҷаллаҳои илмӣ тақризшавандаи аз тарафи КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон эътирофшуда нашр гардидаанд. Ҳаҷми умумии интишороти илмӣ оид ба мавзӯи рисола 6,5 ҷузъи чопиро ташкил додааст.

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

Диссертатсияи Комилова Камила Наврузовна ба талаботи бандҳои 31, 33, 34 ва 35 Тартиби додани дараҷаи илмӣ (қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон №267, аз 30 июни соли 2021) ҷавобгӯӣ мебошад.

Муқаддима, мубрами мавзӯи таҳқиқот, дараҷаи таҳқиқоти мавзӯи илмӣ, робитаи таҳқиқот бо барномаҳо (лоиҳаҳо) ва мавзӯҳои илмӣ, мақсади таҳқиқот, вазифаҳои таҳқиқот, объекти таҳқиқот, мавзӯи таҳқиқот, навлониҳои илмӣ таҳқиқот, аҳамияти назариявӣ ва амалии таҳқиқот, нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, дараҷаи эътимоднокии натиҷаҳо, мутобиқати диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ, саҳми шахсии доктараби дараҷаи илмӣ дар таҳқиқот, интишорот аз рӯи мавзӯи диссертатсия, сохтор ва ҳаҷми диссертатсия тибқи муқаррароти Дастурамал оид ба тартиби барасмиятдарории диссертатсия ва автореферати диссертатсия (қарори Раёсати Комиссия аз 31 марти соли 2022, № 3) таҳия гардида, ба таври муқаммал моҳияти диссертатсияро инъикос менамоянд.

Мутобиқати автореферат ба муқаррароти асосии диссертатсияи илмӣ

Автореферат ва мақолаҳои ба нашр расонидаи унвонҷӯ мазмун ва мундариҷаи асосии диссертатсияро фарогир мебошад ва ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯӣ буда, қорҳои интишорқардаи муаллиф, иқтибосҳои илмӣ ва хулосаву пешниҳодҳои дар диссертатсия баёнгардидаро дар худ инъикос мекунад.

Эроду камбудихо

Дар баробари ҷанбаҳои мусбӣ дар диссертатсия баъзе эроду камбудихо низ ба назар мерасанд, ки ба инобат гирифтани онҳо барои таҳқиқотҳои ояндаи диссертант самаранок арзёбӣ мегарданд:

1. Муаллиф фарқияти стратегияи маркетингӣ ва маркетинги анъанавӣ (оперативӣ/тактикӣ)-ро дар ҷадвали 1.3. нишон додааст, аммо моҳияти онҳоро пурра асоснок накардааст;

2. Дар саҳифаи 82 зикр шудааст, ки стратегияи маркетингӣ дар аксарияти банкҳои тиҷоратии Тоҷикистон, чун дар Озарбойҷон « ба тариқи «формалӣ», аз рӯи услуби нусхабардории таҷрибаи хориҷӣ, амалӣ гардида, ҳамчун воситаи муҳим барои таъмини рақобатпазирии онҳо дар бозори хизматрасониҳои банкии дохилӣ ва берун дар марҳилаи дароз истифода намегардад». Дар идомаи таҳқиқ андешаҳои муаллиф тавзеҳ дода нашудааст;

3. Муаллиф чунин нуктаи назар дорад, ки гузариш аз модели анъанавии фаъолияти банкҳои тиҷоратӣ ба модели ба муштари нигаронидашуда тақозо мекунад, ки дараҷаи таваҷҷуҳ ба омӯзиши талаботи муштариён барои давраи миёна ва дарозмуддат татбиқ гардад (саҳ. 112). Агар фикри худро асоснок мекард, ба манфиати қор мешуд;

4. Дар диссертатсия зикр шудааст, ки айни замон аксарияти банкҳои тиҷоратии ватанӣ ин усули муайян кардани қаноатмандии муштариённо татбиқ накардаанд ва зарурати истифодаи он ба миён омадааст. Татбиқи усули омниканалӣ ба тағйироти фарҳангӣ дар банкҳои тиҷоратӣ ниёз дорад, то ки он дар сатҳи назариявӣ боқӣ намонад. Аммо, тавсияву пешниҳоди муаллиф дар ин хусус асоснок қарда нашудааст;

5. Самтҳои афзалиятноки тақмили стратегияи маркетингӣ дар банкҳои тиҷоратӣ ба таври мушаххас дар шакл ё намуди расм оварда нашудааст.

6. Дар диссертатсия баъзе хатогиҳои имлоӣ, грамматикӣ ва техникӣ ба чашм мерасанд.

Камбудихои пешниҳодгардида хислати ҷузъӣ дошта, мазмун ва баҳои воқеии рисола ро паст намекунанд.

Хулосаи умумӣ оид ба диссертатсияи тақризшаванда

Дар умум, диссертатсияи тақризшавандаи Комилова Камила Наврузовна дар мавзӯи «Такмили стратегияи маркетингии рушди бонкҳои тиҷоратӣ дар давраи муосир», таҳқиқоти илмӣ анҷомёфта ба шумор рафта, ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, аз ҷумла Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ (Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон №267, аз 30 июни соли 2021) ҷавобгӯ мебошад. Бинобар ин, муаллифи он Комилова Камила Наврузовна сазовори гирифтани дараҷаи илмӣ номзади илмҳои иқтисодӣ аз рӯи ихтисоси 5.2. – Иқтисодиёт (5.2.26. – Маркетинг) мебошад.

Тақризи муассасаи пешбар дар ҷаласаи кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати ДДТТ муҳокима ва тасдиқ карда шудааст. (суратмаҷлиси №1 аз 06 августи соли 2026).

Натиҷаи овоздиҳӣ:

Дар ҷаласаи кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати ДДТТ иштирок доштанд: 13 нафар, аз он ҷумла бо ҳуқуқи овоздиҳӣ 12 нафар.

Натиҷаи овоздиҳӣ:

“тарафдор” – 12 нафар,

“зид” – нест,

“бетараф” – нест.

Раиси ҷаласа:

Декани факултети молия ва иқтисоди Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон, н.и.и., и.в. дотсенти кафедраи менеҷмент, маркетинг ва иқтисодиёти меҳнат



Кабутзода Қ.М.

Ташхисгар:

дотсенти кафедраи менеҷмент,

маркетинг ва иқтисодиёти меҳнати

Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон,

д.и.и.,



Мирзоалиев А.А.

Котиби чаласа:

муаллими калони

кафедраи менеҷмент, маркетинг

ва иқтисодиёти меҳнати

Донишгоҳи давлатии тиҷорати Тоҷикистон,

н.и.и.,



Абдуллоев З.А.

Имзоҳои Қ.М.Кабутзода, А.А.Мирзоалиев ва З.А. Абдуллоевро тасдиқ
менамоям.

**Сардори шӯъбаи кадрҳо
ва корҳои махсуси ДТТ**



Пирзода С.С.

Суроғай донишгоҳ: Ҷумҳурии Тоҷикистон, 734061, ш. Душанбе, Дехотӣ ½ Саҳифаи
интернетӣ: www.ddtt.tj, Email: mail@ddtt.tj; tguk@mail.ru, Телефон: (992 372) 348346
(Факс): (992 372) 348546