ЗАКЛЮЧЕНИЕ

экспертной комиссии диссертационного совета 6D.KOA-063 при Международном университете туризма и предпринимательства Таджикистана по диссертации Файзулоева Парвиза Бобохоновича на тему "Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений в Республике Таджикистан" представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2. – Экономические науки (5.2.26 – Маркетинг)

31 октября 2026 *г. Душанбе*

Экспертная комиссия диссертационного совета 6D.KOA-063 при Международном университете туризма и предпринимательства Таджикистана в составе членов совета: д.э.н., профессора Ибрагимзода И.Р. – председателя комиссии, д.э.н., доцента Джумаева Б.М. – члена комиссии и к.э.н., доцента Гадоева Х.С. – члена комиссии, в соответствии с пунктом 64 Порядка присуждения учёных степеней, утвержденного Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 28 августа 2026 г., №591, на основе ознакомления с представленными материалами Файзулоева Парвиза Бобохоновича, приняла следующее **заключение:**

I. Актуальность темы исследования

Актуальность темы диссертации «Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений в Республике Таджикистан» обусловлена усилением конкуренции на рынке банковских услуг, изменением потребительского поведения и возрастающей ролью маркетинговых инструментов в обеспечении устойчивости и конкурентоспособности кредитных организаций. В современных условиях эффективность банковской деятельности во многом зависит от способности банков выявлять потребности клиентов, формировать востребованные продукты, совершенствовать качество обслуживания и выстраивать долгосрочные отношения с потребителями.

Особую значимость данная проблема приобретает в условиях цифровизации банковского сектора, расширения дистанционных каналов обслуживания, развития безналичных расчетов и роста требований клиентов к скорости, доступности и качеству финансовых услуг. Это требует совершенствования продуктовой, ценовой и коммуникационной политики банков, более широкого применения маркетинговых исследований, современных цифровых технологий и клиентоориентированных подходов.

Для Республики Таджикистан актуальной остается необходимость адаптации современных концепций банковского маркетинга к особенностям

национального финансового рынка. Недостаточная развитость отдельных маркетинговых инструментов, ограниченное использование методов сегментации клиентской базы, персонализации предложений и оценки эффективности маркетинговой деятельности сдерживают возможности банков по укреплению своих рыночных позиций.

Научная необходимость исследования определяется недостаточной разработанностью теоретико-методических подходов к совершенствованию банковского маркетинга с учетом особенностей рыночных отношений в Республике Таджикистан. Практическая значимость заключается в возможности разработки рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности банков, улучшению качества обслуживания, расширению клиентской базы и повышению конкурентоспособности банковских услуг.

Таким образом, исследование направлений совершенствования банковского маркетинга имеет важное теоретическое и практическое значение и соответствует содержанию специальности 5.2.26 – Маркетинг.

Соискатель ученой степени кандидата экономических наук Файзулоев Парвиз Бобохонович соответствует требованиям пункта 9 Порядка присуждения учёных степеней, утвержденного Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 28 августа 2026 года, №591, необходимым для допуска его диссертации к защите.

Диссертация на тему "Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений в Республике Таджикистан", представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2. – Экономические науки (5.2.26 – Маркетинг) соответствует требованиям Порядка присуждения учёных степеней, утвержденного Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 28 августа 2026 года, №591. Она написана автором самостоятельно, обладает внутренним единством, содержит новые научные результаты и положения, выдвигаемые для публичной защиты, и свидетельствуют о личном вкладе автора диссертации в науку.

Научный руководитель: Улугходжаева Хосият Рауфовна – доктор экономических наук, профессор кафедры «Налог и налогообложение» Таджикского национального университета.

Диссертационное исследование выполнено на кафедре «Банковское дело» Таджикского национального университета, прошла предварительную экспертизу и рекомендована к защите на расширенном заседании кафедры «Банковское дело» Таджикского национального университета от 28 января 2026 года (протокол №06).

II. Соответствие темы и содержания диссертации

научной специальности

Диссертация Файзулоева Парвиза Бобохоновича на тему "Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений в Республике Таджикистан", представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2. – Экономические науки (5.2.26 – Маркетинг) соответствует следующим пунктам паспорта данной специальности: 12. Процесс разработки текущего и стратегического плана маркетинга. Мониторинг и бенчмаркинг. Механизмы разработки маркетинговых программ, методы принятия и их реализации; 13. Процесс разработки и методы реализации стратегии маркетинговой деятельности. Стратегия расширения границ рынка и стратегии диверсификации; 15. Оценка конкурентов и потребителей, её использование в процессе совершенствования маркетинговой деятельности организации; 16. Факторы, определяющие потребительское поведение. Оценка «чёрного ящика» и её использование при формировании маркетинговых решений. «Пирамида» Маслоу; 17. Построение каналов распределения продуктов и маркетинговая оценка эффективности товародвижения; 18. Маркетинговые основы повышения конкурентоспособности товаров/организаций, стратегия и тактика ведения конкурентной борьбы. Ценовая/неценовая конкуренция на рынке товаров и услуг; 19. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций. Программы Интернет-продвижение продукта/организации, марок и брендинга. Формирование системы персональных продаж; 20. Методические основы организации рекламных кампаний продукта/организации и формирования имиджа организации. Виды рекламы; 22. Роль и место кадров-маркетологов в совершенствовании системы управления предприятием; 23. Направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся условиям экономики Республики Таджикистан; 24. Маркетинговая деятельность коммерческих банков. Банковский маркетинг.

Результаты диссертационного исследования имеют научную и практическую значимость и вносят вклад в развитие экономической науки.

III. Полнота изложения материалов диссертации в работах, опубликованных соискателем ученой степени

Основные выводы и результаты диссертационного исследования прошли апробацию на международных и республиканских научно-практических конференциях в период 2019-2025 годов, а также на заседаниях кафедры «Банковское дело» Таджикского национального университета. По теме диссертации автором опубликованы 10 работ общим объемом 5,5 п.л., все они в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК при Президенте

Республики Таджикистан, что соответствует требованиям Порядка присуждения учёных степеней, утвержденного Постановлением Правительства Республики Таджикистан от 28 августа 2026 года, №591.

Теоретическая и практическая значимость диссертационной работы. Научная необходимость исследования обусловливается потребностью в уточнении содержания и функций банковского маркетинга в условиях современной трансформации финансовой системы. Изменение технологической и конкурентной среды требует пересмотра отдельных положений традиционного банковского маркетинга и разработки новых подходов, учитывающих цифровизацию, персонализацию услуг, анализ клиентских данных и развитие многоканальных коммуникаций.

Практическая значимость рассматриваемой проблемы связана с необходимостью разработки конкретных предложений, которые могут быть использованы кредитными организациями Республики Таджикистан при совершенствовании маркетинговых стратегий, разработке новых банковских продуктов, сегментации клиентской базы, организации маркетинговых коммуникаций, повышении качества обслуживания и укреплении рыночных позиций.

IV. Отсутствие в диссертации заимствованного материала без ссылки

Оригинальность содержания диссертации составляет свыше 80% от общего объема текста. Цитирование оформлено корректно, заимствованного материала, использованного в диссертации без ссылки на автора либо источника заимствования не обнаружено, научные работы, выполненные соискателем ученой степени в соавторстве, без ссылки на соавторов не выявлены.

V. Комиссия рекомендует:

1. Принять к защите диссертацию Файзулоева Парвиза Бобохоновича на тему "Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений в Республике Таджикистан", представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2. – Экономические науки (5.2.26 – Маркетинг);

2. В качестве официальных оппонентов утвердить:

- Шарифзода Бахром Махмуд, доктора экономических наук, доцент, завотделом финансового рынка и управления инвестиционными проектами Института экономики и демографии Национальной академии наук Таджикистана;

- Навруз Носирӣ – к.э.н., декан финансово-экономического факультета Кулябского государственного университета имени Абуабдуллоха Рудаки.

3. В качестве ведущей организации утвердить Таджикского государственного университета коммерции.

4. Разрешить разместить объявление о защите, текст диссертации и автореферат на сайтах Международного университета туризма и предпринимательства и Высшей аттестационной комиссии при Президенте Республики Таджикистан.

5. Разрешить публикацию и распространение автореферата на правах рукописи.

6. Утвердить перечень организаций, в которые необходимо направить автореферат диссертации.

Председатель экспертной комиссии,
д.э.н., профессор Ибрагимзода И.Р.

Члены экспертной комиссии:
д.э.н., доцент Джумъаев Б.М.
к.э.н., доцент Гадоев Х.С.

Подписи членов экспертной комиссии подтверждаю
Ученый секретарь
диссертационного совета, к.э.н. **Исмоилов А.А.**