Отзыв

на диссертационную работу Файзулаева П.Б. на тему: «Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений в Республике Таджикистан», представленную на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2. – Экономические науки (5.2.26. – Маркетинг).

В условиях активного развития банковского сектора Республики Таджикистан, усиления конкурентной среды и расширения спектра банковских услуг и продуктов особую актуальность приобретает внедрение современных концепций и инструментов банковского маркетинга в теорию и практику деятельности кредитных организаций.

Основной целью функционирования банковских институтов является расширение клиентской базы, увеличение объёма и качества предоставляемых услуг, укрепление рыночных позиций и, в конечном итоге, рост прибыли и рыночной стоимости банка. В этой связи существенно возрастает значение маркетинговой деятельности, содержание и инструментарий которой трансформируются под воздействием усиливающейся конкуренции, цифровизации финансовых услуг и изменения характера взаимодействия банков с клиентами.

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена тем, что банковский маркетинг как объект научного анализа в банковской системе Республики Таджикистан остаётся недостаточно изученным. Это предопределяет необходимость комплексного исследования теоретических и практических аспектов его развития, а также разработки методических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности кредитных организаций.

Научная новизна исследования. В диссертационной работе банковский маркетинг в Республике Таджикистан рассматривается как системный и интегрированный элемент управления коммерческим банком. Уточнены его сущностные характеристики, функциональное назначение,

структура и роль в обеспечении устойчивого развития кредитных организаций.

К числу научно обоснованных и обладающих элементами новизны результатов относятся:

– Уточнено содержание категории «банковский маркетинг», которое рассматривается как интегрированный элемент системы управления кредитной организацией, обеспечивающий формирование клиентской базы, оптимизацию ресурсного потенциала и повышение финансовых результатов банковской деятельности.

– Обоснована совокупность принципов и инструментов банковского маркетинга, ориентированных на выявление и удовлетворение потребностей клиентов, а также доказана целесообразность использования адаптированных элементов зарубежного опыта в практике кредитных организаций Республики Таджикистан.

– Проведена комплексная оценка состояния банковского маркетинга в банковской системе Республики Таджикистан, выявлены ключевые факторы, ограничивающие его развитие, и аргументирована роль интерактивного маркетинга как эффективного механизма формирования долгосрочных отношений между банками и клиентами.

– Определены приоритетные области для улучшения банковского маркетинга, и на их основе разработана оптимизационная модель, учитывающая уровень укомплектованности штата, ресурсные возможности, степень применения инновационных технологий и качество банковских услуг.

Основные положения, выносимые на защиту:

– Теоретически обосновано и уточнено содержание банковского маркетинга как самостоятельного и интегрированного элемента системы управления коммерческим банком, обеспечивающего согласование интересов кредитной организации и клиентов, формирование устойчивых рыночных позиций и повышение эффективности использования финансовых ресурсов в условиях трансформации банковской системы Республики Таджикистан.

– Выявлены и систематизированы ключевые принципы и инструменты банковского маркетинга, адаптированные к институциональным, социально-экономическим и регуляторным условиям Республики Таджикистан, что позволило обосновать необходимость перехода от фрагментарного применения маркетинговых мероприятий к комплексной клиентоориентированной модели развития кредитных организаций.

– Проведена комплексная оценка состояния и факторов развития банковского маркетинга в Республике Таджикистан, на основе которой выявлены основные ограничения его эффективности, а также доказана значимость маркетинговых взаимодействий и цифровых решений как факторов повышения конкурентоспособности банков и качества предоставляемых финансовых услуг.

– Разработана модель оптимизации банковского маркетинга, ориентированная на интеграцию организационных, технологических и коммуникационных элементов, реализация которой способствует повышению устойчивости банковских институтов, расширению клиентской базы и обеспечению соответствия стратегическим целям социально-экономического развития Республики Таджикистан.

Диссертационная работа состоит из введения, трёх глав, включающих девять параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объём диссертации составляет 251 страницу машинописного текста. Работа содержит 39 таблиц, 13 рисунков и 9 диаграмм.

Во введении обоснованы актуальность темы, степень её разработанности, сформулированы цель и задачи исследования, определены объект и предмет исследования, раскрыты научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «Теоретические основы банковского маркетинга» рассмотрены концептуальные положения банковского маркетинга, его принципы и особенности в современных условиях, а также проанализирован зарубежный опыт применения маркетинговых инструментов в деятельности коммерческих банков.

Во второй главе «Современное состояние развития маркетинга в банковской системе Республики Таджикистан» проведён анализ функционирования банковской системы страны, раскрыта роль маркетинга взаимодействия как фактора повышения конкурентоспособности кредитных организаций, а также исследованы особенности развития банковского маркетинга в условиях цифровизации экономики.

В третьей главе «Основные направления развития маркетинга в банковской системе Республики Таджикистан» предложены направления оптимизации банковского маркетинга, разработаны подходы к формированию стратегии маркетинговой деятельности банков и обоснованы практические меры по совершенствованию маркетинговых процессов.

Основные положения и результаты исследования отражены в 12 научных публикациях автора общим объёмом 5,5 п. л., из которых 9 статей опубликованы в научных изданиях, рекомендованных ВАК при Президенте Республики Таджикистан.

Считаю диссертационную работу на тему: **«Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений (на материалах Республики Таджикистан»** представленная, на соискание ученой степени, кандидата экономических наук соответствует номенклатуре паспорта специальности 5.2. – Экономические науки (5.2.26. – Маркетинг): п. 12 -Процесс разработки текущего и стратегического плана маркетинга. Мониторинг и бенчмаркинг. Механизмы разработки маркетинговых программ, методы принятия и их реализации; п. 13 - Процесс разработки и методы реализации стратегии маркетинговой деятельности. Стратегия расширения границ рынка и стратегии диверсификации; Процесс разработки текущего и стратегического плана маркетинга. Мониторинг и бенчмаркинг. Механизмы разработки маркетинговых программ, методы принятия и их реализации; п. 13 - Процесс разработки и методы реализации стратегии маркетинговой деятельности. Стратегия расширения границ рынка и

стратегии диверсификации; п. 24. - Маркетинговая деятельность коммерческих банков. Банковский маркетинг.

В целом диссертационная работа Файзулаева Парвиза представляет собой самостоятельно выполненное, завершённое научное исследование, обладающее теоретической и практической значимостью. Содержание диссертации соответствует поставленной цели и сформулированным задачам, содержит элементы научной новизны и вносит вклад в развитие отечественной экономической науки.

Считаю, что диссертационная работа на тему «Совершенствование банковского маркетинга в условиях рыночных отношений в Республике Таджикистан» соответствует требованиям, предъявляемым ВАК при Президенте Республики Таджикистан к кандидатским диссертациям по специальности 5.2. – Экономические науки (5.2.26. – Маркетинг), и может быть рекомендована к дальнейшему рассмотрению и защите.

Научный руководитель д.э.н.,
профессор **Улугходжаева Х.Р.**

Подпись д.э.н., профессора Улуходжаевой Х.Р. утверждаю.

Начальник УК и СР **Шодихонзода Э.Ш.**
02.03.2026