



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института экономики и демографии Национальной академии Таджикистана, д.э.н., профессор Рахимов Ш.М.

« 23 » 09 2022 г.

## ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

на диссертационную работу Зубайдова Саидахмада на тему «Организационно-экономические аспекты совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики: теория, физико-экономическое моделирование, практика (на материалах Республики Таджикистан)», представленную на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера услуг)

### Актуальность темы диссертационного исследования

В условиях проведения рыночных преобразований важным считается решения проблем оценки, функционирования и инновационного развития потребительского рынка и его основных секторов с учетом возрастающего объема предоставляемых услуг в экономике и населению.

Оценка состояния и развития потребительского рынка показывает, что в мировом масштабе значительно возрастает роль и значение рынка товаров и услуг. При этом этот рынок решает удовлетворение внутреннего спроса в товарах и услугах и его наполнения, учитывая потребности населения в товарах и услугах первичного потребления при различных ограничениях и регулирования, и является основной целью реализации социально-экономической политики в Таджикистане.

Повышение уровня жизни населения происходит под влиянием роли рынков, решения вопросов концентрации их материально-технической базы, усиления роли общественных институтов и применяемых механизмов. Углубленный анализ развития рыночных реформ, функционирования и развития потребительского рынка показывает, что в условиях Таджикистана приоритетом в системе экономической и социальной политики становится именно потребительский рынок, где потребительские расходы составляют около 75,00 % в общем объеме расходов домохозяйства.

Анализ показывает, что в начальный период суверенитета, Таджикистан пережил экономический кризис, который отрицательно повлиял на состояние потребительского рынка, снижение платежеспособного спроса населения, уровень жизни населения, потери связей с другими государствами, что стало угрозой экономической безопасности страны.

В условиях Таджикистана, потребительский рынок имеет устойчивое развитие под влиянием рынка зарубежных стран и СНГ, углубления интеграционных и глобализационных процессов, способствующие удовлетворению жизненно важных потребностей населения страны и ее территориальных образований в товарах и услугах в условиях инновационной и цифровой экономики.

Опыт показывает, что решение проблем становления потребительского рынка, как главный фактор обеспечения устойчивого экономического роста, повышение уровня жизни населения и социально-экономического развития страны и ее территорий, требует проведения трансформации организационно-экономических аспектов его функционирования и развития на основе использования различных инструментов, а также формирования устойчивых тенденций в условиях инновационной экономики. При этом, значительно возрастает значение «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года» на основе реализации обоснованных сценарий социально-экономического развития, а также возрастания значения потребительского рынка в удовлетворении спроса людей в товарах и услугах, совершенствования его инфраструктуры, так как она не соответствует требованиям инновационной экономики и активному государственному воздействию, что требует проведения специального исследования исходя из теоретико-методологической позиции, разработки основных показателей рынка с учетом развития финансово-налоговой, банковско-таможенной, социальной и интеграционной политики, применения инструментов экономико-математического и физического моделирования, разработки и реализации национальных программ в области государственного регулирования рыночной системы.

Особое место при исследовании проблем развития потребительского рынка в условиях инновационной экономики уделяется его моделированию с помощью физических моделей при исследовании организации, управления субъектов, совершенствования рыночных процессов, предоставления услуг, улучшение трудовой деятельности и развития социально-экономических отношений.

В условиях рыночных отношений инновационный путь развития Республики Таджикистан является главным приоритетом экономической

политики Правительства Республики Таджикистан. Инновации в нынешних условиях включает не только технические и технологические разработки, но и поиск, и использование новых форм бизнеса, новых методов работы на рынке, новых товаров и услуг. Этим определяется актуальность темы диссертации Зубайдова С.

### **Содержание, новизна результатов, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации**

Диссертация состоит из введения, пяти глав, выводов и предложений, списка использованной литературы, включающего 379 источников и приложения. Основное содержание изложено на 257 страницах, сопровождается 33 таблицами, 37 рисунками и 6 приложениями.

Целью диссертационного исследования является состоят теоретическое обоснование и разработке методологических аспектов совершенствования развития потребительского рынка на основе физико-экономического моделирования, обоснования и разработки приоритетных направлений его развития в условиях инновационной экономики Таджикистана.

Во введении автором обоснована актуальность темы диссертации и степень ее разработанности, определены цель, задачи, объект, предмет исследования; сформулированы предложения, обладающие научной новизной; обоснованы теоретическая база и практическая значимость исследования; представлены сведения об апробации результатов работы (С. 5-15).

В первом главе – «Теоретико-методологические основы исследования формирования и развития потребительского рынка в условиях инновационной экономики» рассмотрены теоретико-методологические аспекты формирования и развития потребительского рынка и его инфраструктуры В этой главе уделяется особое внимание вопросу практических путей развития регионального и внутреннего потребительского рынка в системе инновационной экономики, изучена экономическая среда, а также оценена конкурентоспособность потребительского рынка в условиях инновационной экономики (С.16-58).

В первом параграфе (стр.16-25) изучены концептуальные основы функционирования и развития потребительского рынка и его инфраструктуры, а также определено место и роль в системе инновационной экономики страны. Автор справедливо считает, что необходимости формирования и развития совершенного потребительского рынка на основе исследование основных его параметров, усиления роли и значение ее в обеспечение экономического роста и решения социально-экономических проблем. Также потребительский рынок рассматривается как система организационно-экономических и социально-производственных отношений, охватывающий производство, распределение, обмен, потребление товаров (услуг, работ) в условиях конкретного рынка. Автор

для реализации «Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года» выделяет стратегические инновационные приоритеты в развитии потребительского рынка страны. Таким образом, для решения инновационных проблем, автором предложен системный подход позволяющий осуществить движение к формированию, функционированию и развитию цивилизованного потребительского рынка, а также на развитие инновационного потребительского рынка.

В диссертации на основе изучения потребительского рынка в системе инновационной экономики (стр.26-38), автор правильно считает, что реализацию инновационных программ и крупных проектов на потребительском рынке с целью обеспечения населения качественными доступными экологически чистыми продуктами; повышение эффективности использования производственного потенциала сельского хозяйства и АПК страны; развитие пищевой, перерабатывающей и легкой промышленности Республики Таджикистан на основе использования инноваций и постоянного мониторинга условий жизни населения страны и ее регионов.

Автор рассчитал показатели инновационной деятельности республики и их динамику за 2010-2020 гг. Согласно полученным расчётам автора для Республики Таджикистан произошел минимальный рост основных показателей инновационной деятельности. Однако эти результаты свидетельствуют о недостаточном уровне для перехода в условия инновационной экономики страны.

Анализ рецензируемой работы показывает, что в третьем параграфе диссертации (стр.38-58) важное место отведено методическим основам оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики. Автор правильно считает, что конкуренция предполагает появление на потребительском рынке новых хозяйствующих субъектов с совершенным производством и наименьшими затратами или торгово-технологическими процессами. Важное место отведено изучению структуры национальной экономики Таджикистана, где ряд отраслей испытывая серьезные трудности, работают убыточно, в то время как некоторые из них функционируют прибыльно, т.е. успешно с точки зрения финансовых результатов.

Автор на основе долей всех действующих субъектов и супермаркетов занимаемых на потребительском рынке рассчитал индекс рыночной концентрации Херфиндаля - Хиршмана, который равен  $HHI = 991,13$ , это свидетельствует о том, что виды субъектов потребительского рынка по реализации продовольственных товаров в стране относятся к низкоконцентрированному рынку. И это объясняется высокой емкостью рынка и недостаточным числом предприятий розничной торговли, функционирующих на нем.

Во второй главе «Анализ современного состояния и развития потребительского рынка Республики Таджикистан» на основе достаточного объема экономической информации, взятой за годы государственной независимости республики, проанализировано состояние и закономерности развития потребительского рынка. Установлены тенденции развития потребительского рынка, выявлены узкие места и факторы, влияющие на функционирования и развития этого рынка в республике. Выявлена роль малого предпринимательства, как важного фактора развития потребительского рынка в эффективном использовании его ресурсного потенциала и ёмкости, а также в создании новых рабочих мест и обеспечении экономического роста в условиях Таджикистана (С.59-90).

В первом параграфе этой главы (стр.59-67) диссертант подробно изучает социально-экономическую среду формирования и развития потребительского рынка. Автор считает важным, слаженную единую Программу абстрактных воздействий, которая реализует новые идеи экономических реформ, а также изучение периодов экономических реформ и разработки Программы. По мнению автора в Республике Таджикистан, потребительский рынок занимает важное место, так как стимулирует спрос на товары отечественного производства, а также является одним из главных факторов стабильного экономического развития.

Автор правильно считает, что тщательный анализ современного состояния рынка, а также оценка тенденции развития потребительского рынка республики позволит найти рациональное решение вывода из кризиса потребительского сектора. Анализируя процессы формирования и развития рынков в стране, автором выделены этапы совершенствования потребительского рынка Республики Таджикистан (66-83).

Значительный научный и практический интерес представляет предложение автора об усилении государственного контроля в соответствии закона и нормативных актов, соответствующих запросу рыночной экономики и модели потребительского рынка. Автор справедливо отмечает, что дефиницию сфер и влияние государства на параметры потребительского рынка, инфраструктуру, товарно-ассортиментную структуру, а также на спрос жителей для формирования научно-обоснованной модели потребительского рынка Республики Таджикистан.

Анализ рецензируемой диссертации показывает, что в работе автором дана оценка роли малого предпринимательства в повышении ресурсного потенциала потребительского рынка, а также уровень потребительского рынка, решающие основные социально-экономические и политические задачи. (стр.83-90). Одним из средств стимулирования развития малого предпринимательства является применение лизинговых операций и развитие системы государственных заказов на поставку их продукции. Учитывая развитие предпринимательской

деятельности, автором предлагаются инновационные приоритеты в развитии потребительского рынка.

В третьей главе «Методологические основы физико-экономического моделирования потребительского рынка» развита методология и осуществлено физико-экономическое моделирование параметров потребительского рынка и усовершенствована экономическая структуры субъектов предприятий потребительского рынка на основе аналогии физических и экономических систем. Проведено моделирование движения товаров на основе аналогии физических и экономических систем на примере потребительского рынка, изучены теплофизические законы и проведена кибернетическая интерпретация устойчивости системы управления экономическим объектом на этом рынке (С.91-134).

В первом параграфе данной главы автор представил методологию исследования физико-экономического моделирования параметров потребительского рынка. Анализ обзора литературы по этому направлению отражает, что некоторые физические и экономические процессы, а также явления записываются одинаковыми математическими формулировками. В некоторых случаях целенаправленное сопоставление задач физики и экономики может подсказать результат и методику решения последних (С.91-99).

При этом автор отмечает, что решая актуальные вопросы рыночной экономики с помощью физической экономики (построение экономики по образу и подобию физики с привлечением математического моделирования – это направление получило название «Физическая экономика»), можно смоделировать и разработать модели выхода из низкопродуктивного состояния к высокопродуктивной стране, равноправного члена мирового экономического сообщества.

В работе автор предлагает совершенствование структуры субъектов предприятий потребительского рынка на основе использования физических аналогий и адиабатического расширения (С.99-113). С учетом специфики и условий работы субъектов потребительского рынка, автором предложена модель на основе рассмотрения зависимости функции прибыли при постоянных издержках и уравнении спроса, особенно эластичности спроса по цене, спрос на товары со стороны различных групп населения, обладает аналогическую картину, как график движения тел с малыми скоростями.

В третьем параграфе данной главы автором проведено моделирование движения товаров и устойчивости системы управления субъектами потребительского рынка. Автор считает, что поток товаров, как и электрическая система, имеет два вида потока и приведена аналогия между электрической и товарной формами движения, которое можно оценить как изменения спроса и

приложения. Комплексный анализ исследования данного процесса показал, что направление движения, разделено схематично на этапы, и учитывались согласно классификации дистрибуции (по длине каналов распределения, по взаимодействию с покупателем, по типу распределения, по географическому признаку, по праву собственности на товар), а также учитывалась связь между этапами.

На достаточно хорошем уровне автор проводит кибернетическую интерпретацию устойчивости системы управления экономическим объектом. По мнению автора данный закон характерен не только для физических или экономических процессов, но он может быть характерен и в отношении людей, коллективов и очень умело может быть использован в теории управления персоналом в субъектах потребительского рынка (С.114-134).

Четвертая глава «Исследование системообразующих процессов на формирование и развитие потребительского рынка» выявлено влияние интеграционных процессов на формирование и развитие потребительского рынка, а также оценено место и роль розничной и оптовой торговли в формировании и развитии внутреннего потребительского рынка, а также разработаны экономико-математические модели прогноза товарооборота в республике. На основе исследования действующей системы товароснабжения, обоснованы и разработаны направления ее совершенствования на потребительском рынке с учетом совершенствование перевозочных технологий и рационального использования транспортных средств и размещения транспортных предприятия (С. 135-172).

В первом параграфе данной главы (С.135-142) автор правильно отмечает, что особое место в совершенствовании потребительского рынка в современных условиях занимает улучшение внешнеторговой деятельности и развитие интеграционных процессов. Кроме того, развитие внешнеторговых связей при участии республики позволяет ускорить переход к рыночным отношениям, обеспечивает рост экономики и улучшения уровня жизни населения. Особенно приоритетным считается, интерес у инвесторов для вхождения в такие сектора потребительского комплекса: промышленное семеноводство: молочных и мясных продуктов, птицеводство, животноводство и другие. При этом, развитие ВЭС и интеграционных процессов, в сфере потребительского рынка, предполагает исключение практики ограничивающих торговые отношения между странами, гармонизацию налогового законодательства, исключение ее двойного обложения, совершенствование таможенных процедур и ограничений на поставку товаров и транспортных средств. По мнению автора, развитие внешнеэкономической деятельности следует рассматривать как важный мощный фактор развития экономики на основе современной модели торгового сотрудничества и

интеграции в новых условиях. Важным вариантом считается развитие взаимных торгово-экономических процессов и развитие интеграционных процессов, где необходимо создание межгосударственных финансово-промышленных групп (ФПГ) в области потребительского комплекса. Следовательно, активизировать деятельности местных органов государственной власти в создании областных ФАПГ

В втором параграфе данной главы, по мнению автора, что розничная и оптовая торговля играет важную роль в формировании и развитии потребительского рынка (С.142-153). Согласно, анализу автора в стране и ее территориальных образованиях наблюдается существенные изменения в общем объёме, структуры и темпов роста розничного товарооборота, уровень в расчете на душу населения, степени удовлетворения платежеспособного спроса жителей на продовольственные и непродовольственные товары. Одним из элементов торгово-посреднической инфраструктуры является оптовый рынок, выступающий как хозяйствующий субъект, предоставляющий услуги всем производителям, оптовикам и покупателям.

Изучая автором, зарубежный опыт, было установлено, что производитель не может иметь собственную сеть снабжения для решения существующих проблем. Следовательно, оптовое звено играет важную роль в формировании конкуренции на потребительском рынке. В работе автор правильно считает, что Торгово-промышленная палата становится центром содействия внешнеторговой деятельности, поддержки инновационных процессов, правовой экспертизы и совершенствования законодательства, а также ее деятельность способствовала установлению деловых контактов, проведения выставок – ярмарок, улучшению информационно-коммуникационной работы на основе господдержки.

В третьем параграфе данной главы автором осуществлено совершенствование товароснабжения на потребительском рынке (С.153-172). Кроме того, товароснабжение выполняется на основе разработанных рациональных схем завоза товаров, минимизации звенности, частоты доставки и размера партий товаров. В этих условиях появляется возможность рассматривать вопрос об эффективном использовании принципа централизации товароснабжения торговым предприятиям предприятиями-поставщиками учитывая функционирование торгово-логистических центров.

Согласно мнению автора совершенствования товароснабжения, зависит от правильного выбора и ее эффективности. Выбор источника товаров осуществляют с учетом типов торговым предприятиям, размеров товарооборота, места расположения, состояния спроса и уровня цен на товары различных поставщиков.



Торговые предприятия имеют возможности для повышения эффективности организации товароснабжения, а ее совершенствование на рынке потребительских товаров способствует удовлетворению спроса, сокращению транспортных расходов, разработке оптимальных маршрутов перевозки товаров, улучшению организации торгового обслуживания, созданию новых рабочих мест, повышению эффективности функционирования торговых предприятий, развитию местных, межрегиональных и международных транспортно-торговых связей Республики Таджикистан.

В пятой главе «Перспективы инновационного развития потребительского рынка Республики Таджикистан и ее регионов» обоснованы и разработаны перспективные направления инновационного развития потребительского рынка на основе прогноза ее основных параметров и выявления организационно-экономических особенностей развития потребительского рынка в Республике Таджикистан на период до 2030 года (С.173-200).

В первом параграфе данной главы (С.173-181) автор рассматривает необходимость изучения национальных особенностей совершенствования и развития регионального потребительского рынка. В процессе исследования национальных особенностей развития потребительского рынка особое место уделено изучению обычаев и традиций народа. Значимым праздником таджикского народа является Навруз или Сада, Мехргон, Рамазан и Курбан, а также Новый год, Праздник Победы и День матери.

В диссертационной работе, автором выполнены расчеты по определению объема розничного товарооборота в Республике Таджикистан используя многофакторный корреляционно-регрессионный анализ на период до 2030г.

Разработанная экономико-математическая модель динамики потребительского рынка может быть использована для прогноза формирования параметров социально-экономического развития в республике. (С.181-190).

В третьем параграфе данной главы автором разработаны основные направления инновационного развития потребительского рынка в Республике Таджикистан. Предложены меры по государственной поддержке позволяющие решить задачи продовольственной безопасности и их доступности (190-199).

В заключении диссертации изложены основные результаты проведенного исследования, сформулированы основные выводы в теоретическом и практическом плане (С.200-206).

**Основные положения, выносимые на защиту и разработанные лично автором:**

1. Уточнены теоретико-методические аспекты формирования и развития потребительского рынка и определены научно-методические аспекты

совершенствования в системе инновационной экономики с учетом всестороннего рассмотрения концептуальных основ функционирования и развития, а также развития его инфраструктуры в условиях углубления рыночных отношений (16-37).

2. На основе исследования методических основ оценена конкурентоспособность потребительского рынка в условиях формирования инновационной экономики, оценки конкурентных отношений и их виды, влияющие факторы в зависимости от уровня и имеющихся барьеров. Осуществлена классификация потребительского рынка, используя параметры объема, товарно-групповой структуры и темпов роста розничного товарооборота, источники поступления товаров и личное потребление, структурные изменения в розничную продажу продовольственных товаров, осуществления госконтроля и регулирования, предоставления субсидий, установление налоговых льгот, и ценообразование и др (38-58).

3. Исследована социально-экономическая среда формирования и развития потребительского рынка с учетом установления тенденции становления и его развития в условиях ограниченности ресурсов и оптимизации деятельности субъектов рыночной системы на основе применения эволюционной теории экономического развития, изучения динамики основных макроэкономических показателей, учета особенностей национальной экономики при разработки и реализации социально-экономической перспективной модели развития республики и ее регионов (59-66).

4. Дана оценка современного состояния функционирования и развития потребительского рынка, выделены этапы развития экономики, установлены тенденции развития потребительского рынка, изменения валового внутреннего продукта, его структуры, розничного товарооборота, выявлены узкие места и факторы, влияющие на функционирование и развитие этого рынка в республике, а также темпы экономического роста, влияние государства на показатели потребительского рынка и его инфраструктуры в условиях инновационной и цифровой экономики (67-82).

5. На основе всестороннего изучения развития потребительского рынка и эффективного использования его ресурсного потенциала, выявлено влияние роли и значения малого предпринимательства в условиях изменяющейся среды. Установлено, что малое предпринимательство играет важное место в создании новых рабочих мест, рационального использования природных ресурсов, развития народного творчества, обычаев и традиций, обеспечения экономического роста в условиях Республики Таджикистан, ее областей, городов и районов, особенно сельской местности (83-90).

6. Развита методология исследования и осуществлено физико-экономическое моделирование параметров потребительского рынка, усовершенствована экономическая структура предприятий, используя аналогии физических и экономических систем. Проведено моделирование движения товаров на основе аналогии физических и экономических процессов в условиях потребительского рынка, изучены теплофизические законы и проведена кибернетическая интерпретация устойчивости системы управления экономическим объектом на этом рынке (91-134).

7. Выявлено влияние интеграционных процессов на формирование и развитие потребительского рынка, а также оценено место и роль розничной и оптовой торговли в формировании и развитии внутреннего потребительского рынка и разработаны экономико-математические модели прогноза товарооборота в республике на основе изучения национальных особенностей, обычаев и традиций народа, основные принципы функционирования и классификация признаков национального потребительского рынка (135-152).

8. На основе изучения существующей системы товароснабжения обоснованы и разработаны направления ее совершенствования на потребительском рынке с учетом развития перевозочных технологий, маршрутизации перевозок, эффективного применения подвижного состава автомобильного транспорта и рационального размещения автотранспортных предприятий (153-172).

9. Обоснованы и разработаны приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка, используя результаты прогноза основных показателей, учета организационно-технических и административно-управленческих особенностей его развития в Таджикистане на период реализации НСР- 2030 и перехода к цифровой экономике, предусматривающие совершенствование организации управления спроса потребителей; повышение качество обслуживания потребителей и конкурентоспособности субъектов потребительского рынка и цифровизации, а также повышение уровня жизни населения и улучшения качество торгового и сервисного обслуживания (173-199).

#### **Научная и практическая значимость результатов диссертационного исследования**

Полученные автором научные результаты развивают теоретические аспекты инновационного развития потребительского рынка в Республике Таджикистан.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в использовании полученных рекомендаций при разработке концепции совершенствования регулирования и развития потребительского рынка в условиях инновационной экономики Таджикистана. Основные теоретико-методологические положения и подходы, рекомендации, содержащиеся в

диссертации, могут быть использованы при разработке перспективной стратегии социально-экономического развития республики, выбора эффективных форм и методов организации управления потребительского рынка и его инфраструктуры в регионах страны.

Полученные результаты использованы при реализации Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года в отделе моделирования Центра инновационного развития науки и новых технологий НАН Таджикистана, Министерстве экономического развития и торговли Республики Таджикистан.

Научно-практические рекомендации автора использованы в учебном процессе Таджикского государственного университета коммерции и других образовательных учреждениях высшего профессионального образования Республики Таджикистан при чтении курсов «Экономика сферы услуг», «Маркетинг», «Менеджмент», «Предпринимательство», «Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности», «Экономико-математическое моделирование сложных систем» в Вузах республики.

Научная область диссертации соответствует пунктам Паспорту специальности 08.00.05-Экономика и управление народным хозяйством (сфера услуг).

В целом, можно сформулировать вывод о том, что цель проведенного соискателем исследования достигнута, а поставленные задачи последовательно решены. Достоверность использованных источников и научных результатов не вызывает сомнений.

### **Замечания по диссертационной работе**

Вместе с тем диссертационная работа также не лишена недостатков. В качестве недостатков можно отметить:

1. В первой главе диссертации достаточно углублённо исследованы методические основы оценки конкурентоспособности потребительского рынка в условиях инновационной экономики. Следовало бы в работе провести сопоставительный анализ обеспечения конкурентоспособности субъектов потребительского рынка в условиях регионов страны.

2. Во второй главе работы автором изучена роль малого предпринимательства в повышении ресурсного потенциала потребительского рынка. Однако недостаточно рассмотрены влияния роли различных форм предпринимательства в обеспечении экономического роста в территориальных образованиях страны.

3. В четвертой главе диссертационного исследования осуществлено совершенствование структуры субъектов предприятий потребительского рынка на основе использования физических аналогий и адиабатического

расширения. Однако в работе следовало бы более подробно раскрыть использования физических аналогий и адиабатического расширения в условиях развития потребительского рынка.

4. В диссертации обоснованы основные направления инновационного развития потребительского рынка в Республике Таджикистан. Вместе с тем в работе не обоснованы требуемые вложения для их реализации в условиях их ограниченности ресурсов и применения современных механизмов государственной поддержки.

6. В работе ряд определений и положений требуют конкретизации. Кроме того, в работе встречаются отдельные грамматические и редакционные погрешности.

В целом указанные недостатки не снижают общую положительную оценку выполненного диссертационного исследования.


Автореферат и опубликованные работы автора полностью отражают основные результаты диссертационного исследования.

#### **Общий вывод**

Таким образом, можно утверждать, что диссертационное исследование Зубайдова Саидахмада на тему «Организационно-экономические аспекты совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики: теория, физико-экономическое моделирование, практика (на материалах Республики Таджикистан)», представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу на актуальную тему, соответствует требованиям Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшей образования Российской Федерации к аналогичным работам по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера услуг) и ее автор заслуживает присуждения искомой ученой степени доктора экономических наук по вышеуказанной специальности.

Отзыв на диссертацию и автореферат обсужден и одобрен на заседании ученого совета института (протокол № 8 от 02 сентября 2022г.).

Заместитель директора института по науке,  
доктор экономических наук, профессор


 Мирsaidов А.Б.

**Адрес института:** 734024, Республика Таджикистан, г. Душанбе, ул. С. Айни, 44.  
Тел: +(99237) 221-67-50. E-mail: ied.tj@mail.ru.

Подпись д.э.н. профессора Мирsaidова А.Б. заверяю:

Начальник ОК



 Э.Т.Курбонов