

*В объединенный диссертационный совет Д 999.031.03  
на базе Таджикского национального университета,  
межгосударственного образовательного учреждения  
высшего образования «Российско-Таджикский  
(Славянский) университет», Таджикского  
государственного университета коммерции*

## **О Т З Ы В**

**официального оппонента доктора экономических наук, профессора  
Чернякова Михаила Константиновича 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)**

### **1. Актуальность темы диссертационного исследования.**

Потребительский рынок является одним из самых древних областей человеческой деятельности. Он влияет на жизнь каждого из нас, так как мы все в той или иной мере являемся покупателями. С точки зрения экономической значимости этот сектор народного хозяйства вносит существенный вклад в валовой внутренний продукт многих стран.

Глобализация экономических процессов, вхождение Республики Таджикистан в мировое экономическое сообщество требуют исследования особенностей и закономерностей развития потребительского рынка как важнейшего составляющего национальной экономики в новых для страны условиях рынка.

Потребительский рынок на сегодняшний день представляет собой одну из крупнейших сфер экономики страны, как по объему деятельности, так и по численности занятого в ней персонала, а предприятия этой отрасли являются наиболее массовыми.

В современных экономических условиях для успеха своей деятельности организации потребительского рынка необходимо постоянно находиться в движении, укреплять позиции на рынке, идти в ногу со временем, совершенствоваться и искать дальнейшие пути развития. Всё это подтверждает необходимость внедрения инноваций на предприятиях этого сектора.

Инновации в форматах организаций потребительского рынка помогают им вести конкурентную борьбу, выживать и даже процветать в изменчивом окружении и являются формой проявления инновационного развития. Однако мало генерировать инновационные идеи в рамках предприятия, необходимо четко определять цели конкретного инновационного решения, планировать процесс его реализации в соответствии с обозначенными целями, а также определять исполнителей и мотивировать

их работу для получения максимальной отдачи от внедрения инновации. Поэтому для эффективной реализации инноваций на предприятии целесообразно разработать специальный организационно-экономический механизм обеспечения инновационного развития как части общей финансово-хозяйственной деятельности организации потребительского рынка.

Поэтому актуальность диссертационной работы Зубайдова Саидахмада сомнений не вызывает.

**2. Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций** диссертации обусловлена методически грамотным применением статистических данных, экономическим анализом и методов индукции и дедукции, а также системный подход. На основе применения теории инновационного развития, цифровой экономики и интеграционных процессов обнаружены закономерности преобразования социально-экономических отношений и развития потребительского рынка. В основе диссертационного исследования лежит диалектический подход к использованию экономической теории, теории динамического неравенства, модели ценового равновесия, сравнительного аналитического анализа, экономико-статистических и физико-математических методов для обеспечения глубины результатов и обоснованности выводов и рекомендаций. Для сбора и обработки исходной информации использованы экономико-статистические методы, корреляционно-регрессионный анализ, экспертные методы, «Microsoft Excel» и программа Sigma Plot и др.

**3. Достоверность и научная новизна диссертационного исследования** состоит в том, что на основе результатов анализа и оценки имеющихся методов изучения потребительского рынка и его параметров в условиях инновационной экономики автором предложена научно обоснованная концепция, включающая нижеследующие ключевые пункты:

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 эволюции, а также развития его инфраструктуры в условиях углубления рыночных отношений (п. 1,6,117 паспорта, стр.16-25);

2. Дана оценка конкурентоспособности потребительского рынка в условиях формирования инновационной экономики, а также конкурентных отношений и их видов, влияющих факторов в зависимости от уровня и существующих барьеров. Классификация потребительского рынка проводилась с использованием параметров объема, структуры товарных групп и темпов роста розничного товарооборота, источников товаров и личного потребления, структурных изменений в розничной продаже продуктов питания, осуществления

государственного контроля и регулирования, предоставления субсидий, установления налоговых преимуществ, цены и т.д. (п. 1,6,123 паспорта, стр. 25-58).

3. Исследована социально-экономическая среда формирования и развития потребительского рынка с учетом установления тенденции формирования и его развития в условиях ограниченных ресурсов и оптимизации деятельности субъектов рыночной системы на основе применения эволюционной теории экономического развития, изучения динамики основные макроэкономические показатели, учет особенностей национальной экономики при разработке и реализации социально-экономической перспективной модели развития республики и ее территорий (п. 1,6,115 паспорта, стр.59-66).

4. Дана оценка текущего состояния функционирования и развития потребительского рынка, выделены этапы экономического развития, установлены тенденции развития потребительского рынка, изменения валового внутреннего продукта, его структуры, розничного товарооборота, 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 инфраструктуру в условиях инновационной и цифровой экономики (п. 1,6,117 паспорта, стр.67-83).

5. Установлено влияние роли и значения малого бизнеса в меняющихся условиях с применением комплексного исследования развития потребительского рынка и эффективного использования его ресурсного потенциала. Установлено, что малый бизнес играет важную роль в создании новых рабочих мест, рациональном использовании природных ресурсов, развитии народного творчества, обычаях и традиций, обеспечении экономического роста в Республике Таджикистан, ее регионах, городах и районах, особенно в сельской местности (п. 1,6,115 паспорта, стр.83-90).

6. Развита методология исследования и проведено физико-экономическое моделирование параметров потребительского рынка, усовершенствована экономическая структура предприятий с использованием аналогий 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 (п. 1,6,123 паспорта, стр.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, разработаны экономико-математические модели прогноза товарооборота в

республике на основе изучения национальных особенностей, обычаев и традиций народа, основных принципов функционирования и классификации признаков национального потребительского рынка (п. 1,6,115 паспорта, стр.135-152).

8. Разработаны направления совершенствования системы товароснабжения на потребительском рынке с учетом развития перевозочных технологий, маршрутизации перевозок, эффективного применения подвижного состава автомобильного транспорта и рационального размещения автотранспортных предприятий (п. 1,6,109 паспорта, стр.166-172).

9. Предложены 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 качества обслуживания потребителей и конкурентоспособности субъектов потребительского рынка и цифровизации, а также повышение уровня жизни населения и улучшение качества торгового и сервисного обслуживания (п. 1,6,123 паспорта, стр.173-199).

#### **4. Содержание диссертационной работы. Положительные стороны и недостатки.**

Диссертационная работа содержит введение, пять глав, включающих 17 параграфов, выводы и рекомендации, список литературы, включающий 379 источников, и приложений. Основное содержание изложено на 206 страницах, снабжено 33 таблицами, 37 рисунками, а также дополнено 6 приложениями.

Во **введении** (стр.5-15) автор обосновывает актуальность темы диссертации и степень ее проработки, определяет цель, задачи, объект, предмет исследования; формулирует предложения, обладающие научной новизной; обосновывает теоретическую основу и практическую значимость исследования; предоставляет информацию о апробация результатов работы.

В первом главе – **«Теоретико-методологические основы исследования формирования и развития потребительского рынка в условиях инновационной экономики»** рассматриваются концептуальные основы функционирования и развития потребительского рынка и его инфраструктуры, место потребительского рынка в системе инновационной экономики, а также изучаются методологические основы и оценивается конкурентоспособность потребительского рынка в условиях инновационной экономики (стр.16-58).

Во второй главе **«Анализ современного состояния и развития потребительского рынка Республики Таджикистан»** на базе адекватного количества экономических данных, собранных за годы государственной

независимости республики, проанализированы состояние и закономерности развития потребительского рынка. Установлены тенденции развития потребительского рынка, выявлены узкие места и факторы, влияющие на функционирование и развитие этого рынка в республике. Раскрыта роль малого бизнеса как важного фактора в развитии потребительского рынка, в эффективном использовании его ресурсного потенциала, а также в создании новых рабочих мест и обеспечении экономического роста в Таджикистане и его регионах (С.59-90).

В третьей главе **«Методологические основы физико-экономического моделирования потребительского рынка»** предложена методология и проведено физико-экономическое моделирование показателей потребительского рынка и усовершенствована экономическая структура субъектов потребительского рынка на базе аналогии физических и экономических систем. осуществлено моделирование перемещения товаров на примере потребительского рынка, исследованы теплофизические закономерности и осуществлена кибернетическая интерпретация устойчивости системы управления экономическим объектом на этом рынке (С.91-134).

Четвертая глава **«Исследование системообразующих процессов на формирование и развитие потребительского рынка»** установлено влияние интеграционных процессов на формирование и развитие потребительского рынка, а также оценивает место и роль розничной и оптовой торговли в формировании и развитии внутреннего потребительского рынка и развитых экономико-математические модели прогноза товарооборота в республике. На основе изучения действующей системы товарного снабжения обоснованы и разработаны направления ее совершенствования на потребительском рынке с учетом совершенствования транспортных технологий и рационального использования транспортных средств и размещения транспортных предприятий (С. 135-165).

В пятой главе **«Перспективы инновационного развития потребительского рынка Республики Таджикистан и ее регионов»** определены организационные - экономические особенности развития потребительского рынка, прогнозируется объем розничного товарооборота в Республике Таджикистан на период до 2030 года, а также с использованием разработанных компьютером методологических основ физико-экономического моделирования, используя в качестве исходных данных факторы изменения параметров динамики из основных показателей социально-экономического развития Республики Таджикистан на 2010-2020 годы прогнозируются некоторые основные экономические показатели. На основе всестороннего научного изучения закономерностей функционирования и регулирования потребительского рынка обоснованы и разработаны

приоритетные направления инновационного развития потребительского рынка Республики Таджикистан (С.166-199).

В заключении диссертационной работы излагаются основные итоги в соответствии с установленной целью, задачами, которые необходимо решить, и формулируются основные выводы и рекомендации (С.200-207).

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

1. В параграфе 1.2 работы, по нашему мнению, недостаточно полно уточнены параметры обобщенной схемы построения потребительского рынка (рис. 2 стр. 23 диссер.) и использования системного подхода к его изучению (рис. 3 стр. 24 диссер.), как открытой системы с обратными связями, направленной на формирование человеческого потенциала.

2. В параграфе 2.3 работы недостаточно оценена возможность использования ресурсного потенциала потребительского рынка и ее влияние на устойчивое развитие горных районов Таджикистана (стр. 83-90 диссер.).

3. В работе следовало бы более обоснованно выделить этапы движения товаров на потребительском рынке (рис. 26 стр. 121 диссер.) и уточнить схему стабильного развития экономических систем (стр. 124 диссер.) через изменения энтропию (рис. 30 стр. 133 диссер.) в современных условиях усложнения экономических отношений.

4. В параграфе 4.3 отсутствуют обоснованные меры по разработке оптимальных маршрутов по доставке товаров на потребительской сети, рационального закрепления объектов потребительского рынка за транспортными предприятиями различных видов собственности, а также применения коммерческих условий поставки товаров во внешнюю торговлю (стр. 153-165 диссер.).

5. В работе отсутствуют алгоритмы по расчету частных параметров входящих в разработанных экономико-математических моделях с учетом ограниченности ресурсов и применения различных сценариев развития потребительского рынка при реализации НСР-2030 в Республике Таджикистан.

6. В диссертационном исследовании встречаются некоторые стилистические и грамматические погрешности. Ряд положения диссертационного исследования требуют уточнения и конкретизации.

В целом указанные упущения не уменьшают общую положительную оценку результатов рецензируемого диссертационного исследования.

**5. Автореферат диссертационной работы** максимально полно отражает ее содержательную часть.

**6. Основные материалы диссертации опубликованы** в научных и научно-производственных изданиях и отражают ее содержание.

Научная область диссертационного исследования соответствуют пунктам Паспорта специальности 08.00.05-Экономика и управление народного хозяйства (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - сфера услуг).

Следовательно, все вышесказанное дает возможность сформулировать вывод о том, что диссертационная работа Зубайдова Саидахмада на тему «Организационно-экономические аспекты совершенствования потребительского рынка в условиях инновационной экономики: теория, физико-экономическое моделирование, практика (на материалах Республики Таджикистан)», представленная 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) отвечает предъявляемым требованиям Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования России к таким работам и ее автор достоин присвоения искомой ученой степени доктора экономических наук по вышеупомянутой специальности.

**Официальный оппонент,**  
Черняков Михаил Константинович,  
доктор экономических наук, профессор,  
кафедра аудита, учета и финансов  
факультета бизнеса  
ФГБОУ ВО Новосибирский государственный  
технический университет

«07» 09 2022 г.

630073, Новосибирск, пр. К. Маркса 20, к.1007.

Тел.: +7 963 947 83 59

Эл. почта: [mkacadem@mail.ru](mailto:mkacadem@mail.ru)

