

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Раджабовой Фирузы Хайбуллоевны на тему «Развитие розничной торговли на потребительском рынке Республике Таджикистан», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика сферы услуг (08.00.05.01 – Торговля, коммерческие и бытовые услуги)**

Актуальность темы исследования определяется тем, что национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2030 года определяет важные направления социально-экономического роста страны. Одним из важных задач уделяется особое внимание устойчивому развитию экономики, предпринимательства, а также, повышению уровня жизни населения, цифровой трансформации и инфраструктурному обновлению. Поставленные перед собой цели напрямую связаны с задачами и потенциалом розничной торговли, выполняющие важную роль в обеспечении потребительского рынка и занятости населения республики.

Автор изучая теоретические основы обеспечения устойчивого развития розничной торговли продавцам необходимо регулярно отслеживать изменения потребностей покупателей. Поэтому важно дать предпочтение вкусам и потребностям покупателей и учитывать их при формировании ассортимента продукции. Исходя из этого производители товаров, в свою очередь, узнают о вкусах и предпочтениях покупателей благодаря обратной связи от лиц, занимающихся розничной торговлей. При определении предпочтений покупателей особое значение приобретает точное выявление демографических показателей, потребностей и ожиданий, покупательское поведение и реакции целевого сегмента рынка на тенденции его развития.

Ознакомление с текстом автореферата диссертации Раджабовой Ф.Х. следует отметить, что учитывая вкусы и предпочтения потребителей, розничные торговые предприятия активно используют рекламную деятельность как важный инструмент маркетинга. Известно что, для развития розничных торговых сетей, необходимо максимально эффективно использовать рекламную деятельность по продвижению реализуемой продукции. Наряду с этим, реклама имеет непосредственное влияние при выборе того или иного товара покупателями. Таким

образом судя по автореферату нетрудно заметить, что структура диссертации построено на основе корректно поставленной цели и правильно определенного объекта и предмета исследования.

Используя общенаучные методы, приемы, индукции и дедукции, системно-структурный подход, сравнительный и факторный анализ, а также эмпирические методы синтеза, анализа и т.д., позволяющие обеспечить обоснованные и достоверные выводы по результатам диссертационного исследования, автор делает правильный вывод о том, что для решения проблем развития розничной торговли были применены методы наблюдения и экспертные оценки, а также методы индикативного планирования, графического оформления и обработки информации.

Особый интерес в рецензируемом автореферате диссертации представляет привлечение отечественных и зарубежных авторов по вопросам оценки повышения эффективности потребительского рынка товаров и услуг розничной торговли, а также их влияния на удовлетворение потребностей населения.

Вместе с тем, как и любая научная работа, автореферат диссертации Раджабовой Ф.Х. не лишен некоторых недостатков. В частности:

1. В работе недостаточно изучена проблемы связанные с получением кредитов под адекватные ставки для расширению и модернизации;

2. Автору надо было сделать акцент на проблемы розничные предприятия, которые не используют современные IT-решения для управления запасами, аналитики продаж или электронной коммерции, что снижает эффективность бизнеса.

Следует подчеркнуть, что отмеченные недостатки не снижают научной значимости проделанного исследования и носят рекомендательный характер и не мешают дать работе положительную оценку. Результаты научного исследования Раджабовой Ф.Х. обладают элементами научной новизны. Отмеченные в автореферате выводы и рекомендации имеют возможность реального применения для исследования проблем развития розничной торговли в условиях трансформации рыночной среды отраслей и сфер национальной экономики, остаются недостаточно изученными. Важно определить создание и развитие современных форматов торговых предприятий и организаций розничной торговли определяется высоким уровнем конкуренции, созданием новой системы взаимодействия между

участниками рынка, совершенствование методов регулирования, формирование новых форм взаимодействия местных органов исполнительной власти с предпринимательским и частным сектором, всё это требует проведения разработки рекомендации для комплексного изучения и решения существующих проблем и вопросов.

Ввиду всего вышеизложенного отметим, что автореферат диссертации Раджабовой Ф.Х. соответствует требованиям Паспорту научной специальности ВАК при Президенте Республики Таджикистан, а сам автор заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика сферы услуг (08.00.05.01 – Торговля, коммерческие и бытовые услуги).

**Рецензент:**

Доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Таджикского государственного университета права, бизнеса политики

**Абдукодиров Хайрулло Абдусаломович**

Республика Таджикистан, Согдийская область, г. Худжанд,  
735700, 13 микр-н. дом 35, кв. 12,  
Тел.: (+992) 92 848-49-35,  
e-mail: Khon1974@mail.ru

« 03 » 02 2026 г.

Подпись д.э.н., профессора Абдукодирова Х.А., удостоверяю:

Начальник УК и  
специальных работ ТГУПВП



**Бобоев А.Х.**

Республика Таджикистан, Согдийская область, г. Худжанд,  
735700, 17 микр-н. дом 1,  
Тел.: (83422) 2-38-11,  
Факс: 2-51-70, www.tsulbp.tj,  
Тел.: (+992) 92 865-63-07

« 03 » 02 2026 г.