

**«6D051100-Маркетинг» мамандығы бойынша философия докторы (PhD)
дәрежесін алу үшін ұсынылған Нурахова Ботагөз Жанабаяевнаның
«Сүт және сүт өнімдері нарығында кәсіпорындардың бәсекеге
қабілеттілігін жоғарылатудың маркетингтік технологиялары (Алматы
қаласы мен Алматы облысының материалдары негізінде)»
тақырыбындағы диссертациялық жұмысына ресми рецензенттің
СЫН-ПІКІРІ**

**1.1 Диссертация тақырыбының Қазақстан Республикасында іске
асырылатын ғылымның даму бағыттарына және (немесе) мемлекеттік
бағдарламаларға сәйкестігі:**

Аграрлық саясаттың басты мақсаты халықты азық түлікпен, өнеркәсіпті – елдің экономикалық өсуі мен әлеуметтік дамуына қажетті көлемдегі ауыл шаруашылығы шикізатымен қамтамасыз етуге қабілетті агрөнеркәсіптік кешенді дамыту болып табылады. Республика тұрғындарын азық-түлікпен сенімді қамтамасыз етуге ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру, сақтау, қайта өңдеу және жетілдіру мәселелерін кешенді шешу негізінде жетуге болады. Бұл тұрғыда сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату ерекше орын алады.

Осыған орай, ізденушінің осы сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату мәселесін көтергені, оған қоса әсер етуші факторларын анықтауы, баға беруі ғылыми жұмыстың өзектілігін айқындай түседі. Себебі, нарықтық экономикада кәсіпорындар қызметінің маркетингтік аспектісін күшейту, олардың нарық үлесін жаулаудың, сақтаудың, бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың бірден бір кепілі. Сонымен, диссертациялық жұмыстың өзектілігі аталмыш мәселеге жаңа қырынан қарауымен және де мемлекеттік даму стратегияларымен байланыстыруында жатыр.

«Сүт және сүт өнімдері нарығында кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың маркетингтік технологиялары (Алматы қаласы мен Алматы облысының материалдары негізінде)» диссертациялық зерттеу тақырыбы елімізде жүзеге асу барысындағы мемлекеттік бағдарламаларымен ұштаса жазылған, олардың маңыздылары Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамыту жөніндегі 2021-2025 жылдарға арналған ұлттық жобасы, бұл жоба Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2021 жылдың 12 қазандағы № 732 қаулысымен бекітілген.

2021-2023 жылдарға арналған Қазақстан Республикасы ғылымды дамытудың 2025 жылға дейінгі тұжырымдамасымен бекітілген «АӨК тұрақты дамуы және ауыл шаруашылығы өнімдерінің қауіпсіздігі» ғылымның басым бағыты диссертацияның зерттеу тақырыбына толығымен сәйкес келеді.

2. Диссертациялық зерттеудің ғылымға маңыздылығы

2017-2021 ж.ж. Қазақстан Республикасындағы агроөнеркәсіптік кешенді дамытудың мемлекеттік бағдарламасында қарастырылған негізгі міндеттерді жүзеге асыруға, Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі дамуының Стратегиялық жоспарында анықталған экономиканы әртараптандырудың басты

бағыттарын әзірлеуге диссертациялық жұмыс бойынша негізгі теориялық-әдістемелік тұжырымдар мен қорытындылар қолданылуы мүмкін.

«Агробизнес – 2025» мемлекеттік бағдарламасының «АӨК субъектілері үшін тауарлар мен қызметтердің қол жетімділігін жоғарылату», «Цифрлы Қазақстан» бағыттарында көрсетілген міндеттер жұмыста негізделген сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың тұтынушыларды жоғары деңгейде қанағаттандыру үшін күресте ғылыми-техникалық және инновациялық прогресс жетістіктерін ескере отырып маркетингтік технологияларды қолдану қажеттілігі бойынша тұжырымдарына сәйкес келеді.

Зерттеудегі маркетингтік технологияларды қолдану бойынша ұсыныстар «Қазақстан-2050» Стратегиясындағы бірінші басымдық ретінде көрсетілген тұтынушылар қажеттілігін қанағаттандыруды оңтайландыру, отандық ауыл шаруашылық өнімдерін өндірушілердің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату мәселелерін шешу үшін қолданылуын атап өткен жөн.

Зерттеудің теориялық және әдістемелік материалдары Қазақстан Республикасының жоғары оқу орындарында «Маркетинг», «Маркетингтік технологиялар», «Маркетингтік зерттеулер», «Өндірістік маркетинг» пәндері бойынша дәріс және тәжірибе сабақтарын жүргізу үрдісінде қолданылуы тәжірибелік құндылығын айқындайды.

Диссертациялық жұмыстың негізгі тұжырымдары мен ұсыныстары «Қазақ аграрлық-өнеркәсіптік кешенінің экономикасы және ауылдық аумақтарды дамыту ғылыми-зерттеу институты» ЖШС-нің республиканың мемлекеттік органдары үшін орындалған ғылыми жобаларында, ғылыми-әдістемелік ұсыныстарында көрініс тапты. Сонымен қатар, диссертациялық зерттеу нәтижесінде алынған қорытындылар мен ұсыныстар «Danone Bekkut» ЖШС-нің маркетингтік қызметін жетілдіру және компанияның ары қарай даму бағыттары бойынша ұсыныстар әзірлеуде қолданылған.

3. Өзі жазу принциптерін сақтау

Зерттеу жұмысының негізгі қорытындылары мен ұсыныстары әр түрлі халықаралық және аймақтық ғылыми-тәжірибелік конференцияларда баяндалып, талқыланған және Қазақстан Республикасы Білім және ғылым Министрлігінің білім және ғылым саласындағы сапаны қамтамасыз ету комитеті ұсынған журналдарында жарияланған.

Аталмыш жарияланған жұмыстарда автордың диссертацияда келтірілген қорытындылары мен тұжырымдары, теориялық қағидалары, сүт және сүт өндіруші кәсіпорындар қызметін талдау барысында алынған тәжірибелік маңызы бар ұсыныстары тақырыптың көкейкестілігін көрсететін басымдылықтар ретінде берілген.

4. Алынған нәтижелердің ішкі бірлігін бағалау

4.1 Диссертация өзектілігінің негіздемесі

Диссертация тақырыбының өзектілігі таңдалған зерттеу объектісінің – сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың отандық сүт өнімдері кешенін дамытуда және ішкі нарықтағы тұтынушыларының барлық топтарын

жоғары сапалы сүт өнімдерімен қамтамасыз етуде, сыртқы экономикалық байланысты кеңейтуде практикалық мәні зор. Осы мәселені шешу ел экономикасы үшін, халықтың денсаулығын жақсарту, олардың өмір сүру деңгейін арттыру, ғылым мен техникалық прогресс жетістіктерін енгізумен, ұлттық өнімнің қауіпсіздігін қамтамасыз ету, бәсекеге қабілетті кәсіпорын мен аймақтарды жетілдіруге байланысты кешенді сипат алады. Нарықтық қатынасты дамыту мен сатып алушылар үшін күресті күшейтуде өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру тауар өндіруші үшін қаржылық-экономикалық тұрақтылығын қамтамасыз етуде басты міндет болып табылады.

Жаңа экономикалық жағдайларда бәсекелестік артықшылықтарын нығайтатын маркетингтік технологиялар екенін ковид кезінде экономикалық кеңістікте шаруашылық субъектілерінің басым көпшілігі қолдану керектігімен келісті. Осыған байланысты қазақстандық сүт және сүт өнімдері кәсіпорындарының алдында өз қызметтеріне тиімді маркетингтік технологияларды енгізудің күрделі ғылыми-тәжірибелік міндеттері тұр.

Жоғарыда айтылғандардың, сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін маркетингтік технологияларды қолдану негізінде жоғарылату бойынша тәжірибелік ұсыныстар әзірлеуге бағытталған «Сүт және сүт өнімдері нарығында кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың маркетингтік технологиялары (Алматы қаласы мен Алматы облысының материалдары негізінде)» зерттеу тақырыбының елімізді агроөнеркәсіп кешенінің экономикасы үшін өзекті болып табылады.

4.2 Диссертация мазмұны диссертация тақырыбын айқындайды

Диссертациялық зерттеу жұмысының мазмұны, қорытындылар мен тұжырымдамалар диссертациялық зерттеу жұмысының тақырыбын толық көрсетеді.

4.3 Мақсаты мен міндеттері диссертация тақырыбына сәйкес келеді

Диссертациялық жұмыстың мақсаты мен міндеттері диссертациялық жұмыстың тақырыбына толық сай, маркетингтік технологияларды қолдану негізінде сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың басым бағыттарын анықтау және негіздеу.

4.4 Диссертацияның барлық бөлімдері мен құрылысы логикалық байланысқан

Ізденуші тарапынан алынған зерттеу нәтижелері ішкі бірлікпен және де экономиканың негізгі саласындағы сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындарда, олардың ұзақ мерзімді стратегияларын жүзеге асыру мақсатында бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату жолдары бойынша мәселелерді шешуге бағытталуымен сипатталады. Мәселені зерттеуге деген кешенді көзқарас, заңдылықтарды анықтау, сүт және сүт өнімдері кәсіпорындары қызметінде бәсекеге қабілеттілікті жоғарылату жолдары бойынша бар тәжірибені бағалауға және оның қазіргі жағдайда пайдалануының жоғары тәжірибелік мәні мен тиімділігін негіздеуге мүмкіндік берді.

Диссертациялық жұмыста сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату жолдары ұсына отырып, Алматы қаласы мен Алматы облысының ауыл шаруашылық әлеуетін ұтымды пайдаланудың бағыттарын, тәжірибелік қызметтегі даму басымдылықтарын анықтау мен оның өрістерін кең көлемде пайдалануға негіз болды. Диссертациялық зерттеу сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілікті жоғарылату мәселелерін шешуге деген кешенді көзқараспен ерекшеленеді. Жұмыстың құрылымы толықтай қойылған проблеманы шешудің теориялық, әдістемелік және тәжірибелік аспектілерін ашады. Алынған ғылыми нәтижелер жалпы мақсатпен өзара байланысты, зерттеудің логикалық қисыны теориялық және тәжірибелік тұрғыда жасалынған жұмыстарды практикалық ұсыныстармен ұштастыруға мүмкіндік береді, оны облыстың ауыл шаруашылық кәсіпорындары өз қызметтерінде қолдануға мүмкіндік алған.

4.5 Автор ұсынған жаңа шешімдер (қағидаттар, әдістер) дәлелденіп, бұрыннан белгілі шешімдермен салыстырылып бағаланған

Шетелдік экономикалық әдебиеттерде кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі М.Портер, И.Ансофф, К.Р. Макконнелл, С.Л. Брюс, П.Р. Диксон, П.Ф. Друкер, Э. Чемберлин және басқа көптегендердің еңбектерінде қарастырылған. Қазақстан әлі де болса бәсекені дамыту мәселесі бойынша қойылған міндеттерді толық орындаған жоқ. Яғни, бүтіндей республикаға бәсекенің деңгейін арттырар есебінен қолда бар ресурстарды пайдаланудың тиімділігін арттыру мәселесін шеше отырып, бұл бағытта орасан зор тәжірибелік жұмыс атқару қажет. Сүт саласындағы бәсеке мәселелерінің теориялық жасақтамасы көрсетілген мәселелерді шешуге септігін тигізеді.

Бірақ, сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату теориялық тұрғыда жете зерттелмеген және ғылыми тұрғыда негіздеуді талап етеді.

Зерттеу тақырыбы бойынша көптеген зерттеулерге қарамастан, автор маркетингтік технологияларды қолдану арқылы сүт саласы кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату мәселесін жеткіліксіз зерттеуді атап өтті және «бәсекеге қабілеттілікті жоғарылатудың маркетингтік технологиялары» түсінігінің өзіндік түсіндірмесін өте орынды ұсына білді.

Автор қазіргі заманғы технологиялар мен инновациялардың дамуы жағдайында маркетингтік технологиялардың жіктелуін ұсынады, атап айтқанда, технологияларды цифрландыру маркетингтік технологиялардың көп бөлігінде өзгерістер болып жатыр. Қазіргі уақытта маркетингтік зерттеулерді жүргізудің әдістері мен тәсілдері, нарықты сегменттеу әдістемесі, тұтынушылармен байланыс арналары және маркетингтік көрсеткіштерді анықтау әдістері өзгерді. Онлайн және мобильді арналар компаниялардың іскерлік ашықтығын қамтамасыз етеді және тұтынушылармен жеке байланыс орнатуға мүмкіндік береді.

Сүт және сүт өнімдерін таңдау және сатып алу кезінде тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу кезінде онлайн-сауалнама әдісін қолдану авторға нарық сегменттерін, нарықтағы бәсекелестік жағдайында сатып алу мінез-құлқының

негізгі факторларын анықтауға мүмкіндік берді; сүт және сүт өнімдерін өндіру және тұтыну көлемдерінің болжамын есептеу үшін экономика-математикалық әдістер қолданылды, бұл тұтастай алғанда тиісті сілтемелер берілген зерттеудің жеткілікті әдеби базасымен расталады.

5. Ғылыми жаңашылдық принципі

Диссертациялық зерттеу барысында ізденуші алған жекелеген тұжырымдар мен қорытындылар ішінара жаңа және жаңа ғылыми нәтижелер сипатында болады:

- **1-нәтиже** жаңа болып табылады, себебі бәсекеге қабілеттілік, маркетингтік технологиялар түсініктерінің теориялық және әдістемелік негіздерін жан-жақты зерттеу жүргізу арқылы кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың «маркетингтік технологиялары» түсінігіне маркетингтік функцияларды жүзеге асыруда қолданылатын қазіргі кезеңге сай әдістер мен технологиялардың жиынтығы ретінде авторлық анықтама берілген;

- **2-нәтиже** жартылай жаңа болып табылады, себебі басқа да әдебиеттер негізінде жасалған маркетингтік зерттеу жүргізу үшін автор сүт және сүт өнімдерін тұтынушылардың талғамын анықтау мақсатында маркетингтік зерттеу жүргізудің әдістемесі негізінде тұтынушылардың талғамы мен қалауы анықтау үшін сауалнама әзірленді;

- **3-нәтиже** жартылай жаңа болып табылады, себебі бәсекеге қабілеттілікке ықпал ететін факторларды бағалау арқылы сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың «Фудмастер», «Адал», «Агропродукт» компанияларының күшті және әлсіз жақтарын анықтау, олардың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатуға мүмкіндік беретін маркетингтік технологиялар анықталғаны маңызды;

- **4-нәтиже** жаңа болып табылады, себебі экономика-математикалық әдістерді, оның ішінде корреляциялы-регрессиялық талдау әдісінің көмегімен сүт және сүт өнімдерін өндіру және тұтыну көлеміне болжам жасалынған;

- **5-нәтиже** жартылай жаңа болып табылады, себебі аймақтық нарықтарда сүт және сүт өнімдерін өткізуді арттыруға және нарық үлесін жоғарылатуға бағытталған сүт және сүт өнімдерін өткізу тізбегінде сапаны басқару тәсілдері көрсетілген.

Демек, диссертацияның академиялық нәтижелері, тұжырымдары, ұсынымдары Қазақстан Республикасының сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін маркетингтік технологияларды пайдалану қабілетін ашатын жаңа, ұқсас жартылай пісірілген ғылыми негізделген дерексіз және эксперименттік нәтижелер ретінде сақталады.

6. Негізгі қорытындылардың негізділігі

Диссертациялық зерттеуде тұжырымдалған ізденушінің жалпы жауаптары мен тұжырымдары жеткілікті арнайы дереккөздер мен ресми статистикалық мәліметтермен негізделген. Сонымен бірге маркетингтік технологияларды ұтымды әдістерінің бірі әлеуметтік пікір сұрау әдісін қолданған.

Диссертациялық зерттеудің 1 нәтижесі бойынша жасалған тұжырымдар

айтарлықтай деңгейде дәлелденгенін авторлардың көзқарасы бойынша белгілі бір мектептің «бәсекеге қабілеттілік теориясын» дамытуға қосқан үлесіне қарай жіктеулер мен топтастырулар көрсете отырып негіздеме жасалған.

Диссертациялық зерттеудің 2 нәтижесінің тұжырымдары негізделген, себебі Алматы қаласы мен Алматы облысындағы сүт және сүт өнімдері нарығының даму беталысын талдау жасалып, сүт және сүт өнімдері нарығындағы бәсекелестік ортаны және кәсіпорындардың маркетингтік технологияларды қолдануын баға беріліп, онлайн-сауалнама көмегімен сүт және сүт өнімдерін тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу жүргізілді.

Диссертациялық зерттеудің 3 нәтижесінің тұжырымдары экономика-математикалық әдістерді, оның ішінде корреляциялы-регрессиялық талдауды қолдану арқылы негізделген, отандық сүт өнеркәсібінің 2004-2019 ж.ж. аралығындағы негізгі көрсеткіштері бойынша мәліметтерді пайдалана отырып, кейінгі 4 жылдарға болжам жасалды.

Диссертациялық зерттеудің 4 нәтижесінің тұжырымдары негізделген, себебі нарықтағы кәсіпорындар мен сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру бойынша ұсынылған ұсыныстар осы саланың мамандары мен сарапшыларының сұраулары мен сұрауларының нәтижелерінен шығады және маркетингтік технологияларды (маркетингтік зерттеулер технологиялары, сегменттеу, көздеу, жайғастыру, тактикалық маркетингтік технологиялар, талдау, бағалау және болжау технологиялары негізінде схемалары) мұқият кезек-кезек қолданудың күрделі орналасу қажеттілігімен біріктіріледі.

Диссертациялық зерттеудің 5 нәтижесінің тұжырымдары негізделген, себебі олар сауда-логистикалық инфрақұрылымды жақсарту, тауарларды бөлу процестерін жетілдіру, бөлу жүйесіндегі шығындар бағасын оңтайландыру, маркетингтің инновациялық әдістері мен құралдарын пайдалану бойынша әртүрлі іздеушілер мен тәжірибешілердің ұсыныстарына сүйенеді.

7. Қорғауға шығарылған негізгі қағидаттар

7.1. Қағидат дәлелденді ме?

1) Дәлелденді

Қорғауға шығарылатын негізгі тұжырымдар тиісті дәлелдемелік базаға ие, сандық және сапалық зерттеулердің нәтижелеріне негізделген:

- «маркетингтік технология» түсінігіне қатысты ғылыми көзқарастарды зерттеу негізінде оны бәсекеге қабілеттілікті жоғарылату аспектілеріне шоғырландыратын авторлық анықтама берілген;

- сүт және сүт өнімдерін тұтынушылардың мінез-құлқын маркетингтік зерттеу жүргізу әдістемесі және соның негізінде тұтынушылық сегменттер анықталған;

- маркетингтік технологияларды қолдану негізінде сүт және сүт өнімдері нарығы кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату бойынша ұсыныстар берілген;

- Қазақстан Республикасы және Алматы облысы сүт және сүт өнімдері нарығының дамуына ықпал ететін факторларға негізделген сүт және сүт өнімдерін тұтынудың экономика-математикалық үлгісі жасалған;

- сүт және сүт өнімдерін өткізу тізбегінде сапаны басқару үлгісі берілген.

7.2 Тривиалды ма?

2) Жоқ

Қорғауға шығарылатын негізгі тұжырымдар тривиалды емес, өйткені:

- бірінші тұжырым – кәсіпорындардың «бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың маркетингтік технологиялары» ұғымы бойынша бар тәсілдері жүйеленіп, салыстырылды, сараланып автор өз тұжырымын ұсынған;

- қорғауға шығарылатын екінші, үшінші тұжырымдар бірнеше зерттеу әдістерін біріктіру, атап айтқанда Алматы қаласы мен Алматы облысының сүт және сүт өнімдері нарығының тенденцияларын талдау, тұтынушылардың мінез-құлқын маркетингтік зерттеу, мақсатты тұтынушыларды сегменттеу, сараптамалық сауалнама негізінде қалыптастырылады;

- қорғауға шығарылатын төртінші және бесінші тұжырымдар сүт және сүт өнімдерін тұтынудың экономика-математикалық моделін, сүт және сүт өнімдерін өткізу тізбегіндегі сапаны басқару моделін әзірлеу негізінде қалыптастырылады.

Сонымен, диссертациялық зерттеуде қолданылатын жаңа тәсілдер оның негізгі тұжырымдарының тривиалдылығын анықтайды.

7.3 Жаңа ма?

1) Иә

Қорғауға ұсынуға қарастырылған барлық тұжырымдар қандай да бір деңгейде жаңа болып табылады, себебі олар пәнаралық тәсілге, академиялық доктриналар мен тұжырымдамаларға, зерттелетін объект туралы толық және егжей-тегжейлі ақпаратты мұра етуге мүмкіндік беретін әлеуметтанушылық және маркетингтік зерттеу әдістерінің жиынтығына соның ішінде сауалнама, пікір сұрау, бақылау, топтастыру, болжау және т.б. негізделеді.

7.4 Қолдану деңгейі:

Қорғауға шығарылатын негізгі тұжырымдар қолдану деңгейі әртүрлі:

- қорғауға шығарылатын бірінші тұжырым «маркетингтік технология» түсінігіне қатысты ғылыми көзқарастарды зерттеу негізінде оны бәсекеге қабілеттілікті жоғарылату аспектілеріне шоғырландыратын авторлық анықтамасы кең деңгейде қолданылады;

- қорғауға шығарылатын екінші, үшінші, төртінші, бесінші тұжырымдар қолданудың орташа деңгейіне ие, себебі алынған қорытындылардың қолдану саласы негізінде сүт және сүт өнімдері нарығы кәсіпорындарының қызметі болып табылады.

7.5 Мақалада дәлелденген бе?

1) Иә

Зерттеу жұмысының негізгі қорытындылары мен ұсыныстары 10 ғылыми мақалада жарияланған, оның ішінде 1 мақала SCOPUS және Web of Science базасындағы журналында, 1 мақала Web of Science базасындағы журналында, 4

мақала Қазақстан Республикасы Білім және ғылым Министрлігінің білім және ғылым саласындағы сапаны қамтамасыз ету комитеті ұсынған журналдарында, 4 мақала халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияларда баяндалып, талқыланған.

8. Дәйектілік принципі. Дереккөздер мен ұсынылған ақпараттың дәйектілігі.

8.1 Әдістеменің таңдауы - негізделген немесе әдіснама нақты жазылған

Диссертацияның жалпы жауаптарын ұсыну технологиясы жұмыста жақсы және жан-жақты расталған. Мұндай белгілі бір тәртіпті қолданғанын растау үшін зерттеу тәртібін таңдаудың дәл еместігін көрсететін әдебиет көздері бар. Зерттеу технологиясы бір және дәл осы мәселені шешуге бағытталған көптеген зерттеу әдістерін мұқият біріктіру ұсынылды. Бұл алынған нәтижелердің беделін арттырады.

8.2 Диссертация жұмысының нәтижелері компьютерлік технологияларды қолдану арқылы ғылыми зерттеулердің қазіргі заманғы әдістері мен деректерді өңдеу және интерпретациялау әдістемелерін пайдалана отырып алынған

Жұмыста жалпы ғылыми тәсілдер пайдаланылды, атап айтқанда Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі Агенттігінің Мемлекеттік статистика бюросының ақпаратын экономикалық-статистикалық өңдеу, Алматы қаласы мен Алматы облысында сүт және сүт өнімдерін жасаумен және өткізумен айналысатын кәсіпорындардың ресми деректерін талдау, синтездеу, ғылыми жүйелеу. Сондай-ақ, жарнамалық технологиялар негізінде сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың бәсекелестік қабілетін арттыру жолдарын әзірлеу үшін әлеуметтік сауалнамалар, маркетингтік әдістер, SWOT, PEST-талдау, survey monkey-ді қоса алғанда, софттарды қолдана отырып, жиналған ақпаратты бағалаудың талдамалық аспаптары, Excel-де онлайн-сауалнама қоса алғанда, ерекше тәсілдер қолданылды.

8.3 Теориялық қорытындылар, модельдер, анықталған өзара байланыстар және заңдылықтар эксперименттік зерттеулермен дәлелденген және расталған

Автор әзірлеген диссертациялық зерттеудің ғылыми негізделген тұжырымдары мен кеңестері «Danone Berkut» ЖШС маркетингтік қызметін жетілдіру және компанияны одан әрі дамыту бағыттары бойынша ұсыныстар әзірлеу кезінде қолданылды және сүт және сүт өнімдерін өндіретін кәсіпорындардың бәсекелестік қабілетінің артуымен және олардың маркетингтік технологияларды қолданумен байланысты расталды. Жұмыста автор сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың маркетингтік технологияларды енгізу процесінің сызбасын жасады, бұл олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру қорларын анықтауға, жалпы пайда алуға мүмкіндік берді, бірақ бұл конфигурациялар белгілі бір сандар түрінде көрсетілуі керек еді.

8.4 Маңызды мәлімдемелер нақты және сенімді ғылыми әдебиеттерге сілтемелермен расталған / ішінара расталған / расталмаған

Диссертациялық зерттеуді орындау кезінде Академиялық адалдық қағидаты сақталды, бұл пайдаланылған материалдарға тиісті сілтемелермен, диссертациялық зерттеудегі маңызды пікірлермен расталады.

8.5 Пайдаланылған әдебиеттер тізімі әдеби шолуға жеткілікті/жеткіліксіз

Рецензияға ұсынылған диссертация теориялық және практикалық зерттеу жұмыстарының кең базасына негізделген, дереккөздер мен әдебиеттер тізімі 131 атаумен ұсынылған, бұл айтылған мәселелердің толық ашылуын, қойылған мақсаттар мен міндеттердің барабар орындалуын көрсетеді. Диссертациялық жұмыста пайдаланылған дереккөздердегі шетелдік зерттеулерді талдауға ерекше көңіл бөлінеді. Зерттеудің дерекқорын жарнамалық принциптер, тәсілдер мен технологиялар, маркетингтегі тұтынушылардың мінез-құлқы, цифрлық технологиялар, цифрлық маркетинг, маркетинг базасындағы компаниялардың бәсекелестік артықшылықтарын арттыру бойынша отандық және шетелдік ғалымдардың ғылыми жарияланымдары; жаһандық жеткізу тізбектерін қазақстандық және халықаралық зерттеулер, Қазақстан Республикасының, Алматы қаласының, Алматы облысының, сала кәсіпорындарының сүт және сүт өнімдері туралы статистикалық деректер құрады.

Диссертациялық зерттеу жұмысының теориялық және әдістемелік негіздері болып бәсекеге қабілеттілік, маркетингтік технологиялар мәселелері бойынша отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектері, сонымен қатар ауыл шаруашылық өнімдерін өндіріп, өткізумен байланысты заңдар, мемлекеттік бағдарламалар, нормативтік актілер табылады.

Зерттеудің ақпараттық базасы ретінде Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитетінің ресми мәліметтері, Алматы қаласы және Алматы облысындағы сүт және сүт өнімдерін өндіріп өткізумен айналысатын кәсіпорындардың ресми мәліметтері, автор жүргізген маркетингтік зерттеулердің нәтижелері алынды.

Зерттеу жұмысында жүйелі, кешенді тәсілдер әдістемелік негіз болып табылады. Диссертацияда талдау, синтез, экономика-математикалық модельдеу, статистикалық әдістер, маркетингтік зерттеу әдістері, соның ішінде екінші ретті ақпаратты жинау және талдау, пікір сұрау, сарапшылық бағалау әдістері пайдаланылды.

9. Практикалық құндылық принципі

9.1 Диссертацияның теориялық маңызы бар

Зерттеудің теориялық маңыздылығы теориялық тұжырымдар мен әдістемелік негіздерді зерделеуден, қазақстандық және шетелдік тұтынушылар арасында ниеттестікті арттыру үшін қазіргі заманғы маркетингтік технологияларды қолдану қажеттілігін ескере отырып, еліміздің сүт саласы кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру жөнінде ұсыныстар

әзірлеуден тұрады.

9.2 Диссертацияның практикалық маңызы бар және алынған нәтижелерді практикада қолдану мүмкіндігі жоғары

Зерттеу мәселесі бойынша теориялық тұжырымдарды нақтылау, сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату бағыттары мен оның әдістемелерін қолдану жағдайларын талдау және бағалау, жалпы экономикадағы негізгі саласының бірі болып табылатын ауыл шаруашылығы кәсіпорындарын дамытуға, оның бәсеке қабілеттілігін арттыру бағыттарын ұсыну – отандық экономикалық ғылым үшін өзекті болып табылады. Диссертациялық жұмыстың ұсыныстары мен қорытындыларын маркетингтік іс-шаралар ауыл шаруашылық кәсіпорындарында сүт және сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату бағытында қолдануға болады.

9.3 Практикалық ұсыныстар жаңа болып табылады ма?

Тәжірибе үшін ұсынылған ұсыныстар жартылай жаңа болып табылады, себебі біріктірілген маркетингтік коммуникацияларды енгізу зерттеу, талдау, сегменттеу және жайғастыру технологияларын, ребрендингті, маркетингтік қызметті жетілдіруге арналған сандық технологиялар тек Қазақстан кәсіпорындары үшін маркетингтік технологияларды енгізуді ұсынатын отандық және шетелдік компаниялар да бар. Зерттеу нәтижелерін жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларының негізі болып табылатын «Маркетинг негіздері», «Маркетингтік технологиялар», «Маркетингтік зерттеулер», «Өндірістік маркетинг» пәндері бойынша дәрістік және тәжірибелік сабақтарды өткізуге қолдануға болады.

10. Жазу және рәсімдеу сапасы

Академиялық жазу сапасы:

Диссертациялық зерттеу жұмысы ғылыми стильде жазылған және қойылған талаптарға сәйкес келеді. Академиялық жазудың сапасы жоғары, мәтін түсінікті тілде жазылған. Жұмыста жалпы академиялық жазудың сапасына нұқсан келтірмейтін кішігірім стилистикалық қателер бар.

Ізденушінің ұсынылған диссертациялық жұмысты жоғары деңгейде бағалай отырып, жұмыстың кемшіліктерін атап өту қажет. Олардың негізгілері:

- автордың кейбір ұсыныстары жеткілікті деңгейде негізделіп, аргументтелмеген. Мысалы, сүт және сүт өнімдерін өндіруші кәсіпорындар қызметіне әсер ететін факторларды талдауда, оларды әрбір талданып отырған кәсіпорынға қатысты нақтылай түскенде жұмыстың құндылығын жоғарылатар еді;

- диссертациялық жұмыста талдаулар бірнеше кесте түрінде көрсетілген материалдары екі, үш жылмен шектелген, мысалы, 2 бөліміндегі 18-кесте тек үш жылдың мәліметін қамтыған, кестеде соңғы 5 жылдың динамикасын көрсету керек еді;

- диссертацияның қорытындысында зерттеу тақырыбының теориялық негіздері толық көрсетілмеген.

Бірақ та жоғарыда аталған кемшіліктер ізденушінің ғылыми жұмысына, яғни диссертация мазмұнына тікелей әсер етпейді, сол себептен де оның құндылығын төмендетпейді. Диссертациялық жұмыстың өзіндік логикалық жүйесі бар. Ғылыми жұмыста тәжірибелік қолданысқа пайдалануға болатын ауқымды, маңызды материалдар бар және оларды сүт және сүт өнімдері нарығын дамытуда пайдалануға болады.

«Сүт және сүт өнімдері нарығында кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың маркетингтік технологиялары (Алматы қаласы мен Алматы облысының материалдары негізінде)» тақырыбындағы диссертациялық жұмыс жеткілікті түрде жоғары ғылыми деңгейде орындалды және жоғары ғылыми-тәжірибелік маңызы бар өзекті мәселелерді шешуге мүмкіндік беретін аяқталған зерттеу болып табылады және Нурахова Ботагоз Жанобаевнаның «6D051100-Маркетинг» мамандығы бойынша Комитет алдында философия докторы (PhD) немесе бейіні бойынша доктор дәрежесін беру үшін Комитетке ұсыныс жасаймын.

Ресми рецензент,
«Сәрсен Аманжолов атындағы
Шығыс Қазақстан университеті» КЕАҚ
«Экономика, менеджмент және қаржы»
кафедрасының қауымдастырылған
профессоры, э.ғ.к.



А.А. Сактаева

А.А. Сактаевамен қолын қойды

*Персонал және құқықтық
басқармасымен қолын қойды*
Д.Б. Адинова

