

ОТЗЫВ НАУЧНОГО КОНСУЛЬТАНТА
на диссертационную работу Нураховой Ботагоз Жанабаевны
на тему «Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности
предприятий рынка молока и молочной продукции»

Рынок молока и молочных продуктов – один из важных сегментов продовольственного рынка страны. Это определяется значимостью молока и молочных продуктов в питании населения. Рассматриваемый рынок представляет систему экономических отношений между всеми субъектами молочного подкомплекса – производителями сырья и конечной продукции, организациями инфраструктуры, потребителями.

Маркетинговые технологии играют важнейшую роль в создании, функционировании и эволюции любого предприятия или организации. Именно маркетинговые технологии обеспечивают конкурентоспособность предприятия. Предприятия-компании достигают конкурентоспособности с помощью разработки и внедрения в свою деятельность маркетинговых технологий, что способствуют также и увеличению доходов, получаемых от переработки сырья. Эти факторы зависят от качественных и стоимостных характеристик сырья, а также от стоимости других производственных ресурсов и состояния конъюнктуры рынка, динамики цен в результате колебания спроса и предложения, расходов на транспортировку сырья к месту переработки и потребления, форм коммерческих и других связей между производителем и потребителем.

В первой главе работы рассмотрены теоретические аспекты развития конкурентоспособности, роль и значение маркетинговых технологий для повышения конкурентоспособности предприятия, а также методика оценки конкурентоспособности.

Во второй главе автором проведен анализ тенденций развития рынка молока и молочной продукции города Алматы и Алматинской области, выявлены проблемы данной сферы, проведен маркетинговый анализ конкурентоспособности предприятий по производству молока и молочной продукции, а также приведены результаты маркетингового исследования потребителей, их предпочтений, особенностей поведения при потреблении молока и молочной продукции.

В третьей главе рассчитан прогноз объемов производства и потребления молока и молочной продукции, определены пути совершенствования применения маркетинговых технологий на предприятиях молока и молочной продукции, а также рассмотрен контроль качества в управлении цепочкой снабжения молочной продукцией.

Диссертационная работа Нураховой Б.Ж. имеет практическую ценность. Представленная работа является результатом самостоятельно проведенного исследования автора. Структура работы соответствует предъявляемым требованиям, а содержательная часть рассматривает представленную тему подробно и всесторонне.

Диссертационная работа оформлена и представлена на профессиональном уровне. Все выводы автора научно обоснованы и аргументированы.

Диссертационная работа Нураховой Б.Ж. допускается к защите.

В процессе работы над диссертацией Нурахова Б.Ж. проявила себя как высококвалифицированный и инициативный специалист, способный решать сложные научные задачи в области экономики. Особо отмечу самостоятельность проделанной работы, способность диссертанта к творческому мышлению, настойчивость, а также хорошую ориентацию в специфическом предмете исследования.

Научный консультант,
д.э.н., профессор,
заведующая кафедрой маркетинга
Федерального государственного
образовательного учреждения высшего
образования «Российский
Экономический университет
имени Г.В. Плеханова»,
117997, Российская Федерация,
г.Москва, Стремянный переулок, д.36.
Skorobogatykh.II@rea.ru
+7(499) 237-9496


_____/И.И. Скоробогатых/

