

«6D051100-Маркетинг» мамандығы бойынша философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған Дуйсебаева Айжан Матаевнаның «Ұнтарту өнеркәсібі кәсіпорындарын дамытудың маркетингтік құралдары» тақырыбындағы диссертациялық жұмысына ресми рецензенттің

ШКІРІ

1.Зерттеу тақырыбының өзектілігі және оның Қазақстан Республикасында іске асырылатын ғылымды дамытудың басым бағыттарына және мемлекеттік бағдарламаларға сәйкестігі

Мемлекет басшысының «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері» атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру үшін АӨК-дегі еңбек өнімділігін және өңделген ауыл шаруашылығы өнімін 5 жыл ішінде 2017 жылмен салыстырғанда кемінде 2,5 есе ұлғайту. Сондай-ақ өңделген өнім экспортын 2015 жылғы 945,1 млн. АҚШ долларынан 2021 жылы 2 400 млн. АҚШ долларына дейін ұлғайту жолымен АӨК саласының бәсекеге қабілеттілігін арттыру көзделіп отыр.

Агроөнеркәсіптік кешен елдің азық-түлік қауіпсіздігін қалыптастыру арқылы ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз етуге қатысатын экономиканың маңызды секторының бірі болып табылады. Қазақстан Республикасының АӨК-нің әрі қарай дамыту үшін перспективаларға ие: астық пен ұн бойынша Қазақстан қысқа мерзімде әлемдегі ірі экспорттаушы елдердің қатарына кірді. Қазақстанның Еуразиялық экономикалық одаққа және Дүниежүзілік сауда ұйымына мүшелігі мүмкіндіктер ашады және сонымен бірге ішкі және сыртқы нарықта да бәсекеге қабілеттілікке жоғары талаптар қояды.

Қазақстанның ұнтарту өнімдерінен жаңа бренд жасау АӨК-нің даму тұрақтылығына тиімді әсер тигізеді. Қазақстан шетел мемлекеттерінің ірі қалаларын, экологиялық таза ұн өнімдерімен ұзақ мерзімге қамтамасыздандыруға тырысады. Қазақстандық кәсіпкерлер эко астық брендин өндіретіндіктен қазақстан ұнына деген жоғары сұраныс қалыптасып, еліміздің беделіне оң әсерін тигізеді.

2.Диссертациялық жұмыста академиялық адалдық пен дербестік қағидаларының сақталуы

Диссертациялық жұмыста академиялық адалдық қағидасы сақталған, докторант өзге авторлардың ғылыми жұмыстарын пайдалану барысында қолданылған әдебиет көздеріне сілтеме жасаған. Диссертациялық жұмыста сөздерді алмастырумен жазылған басқа ғалымдардың сөз тіркестері пайдаланылмаған.

Диссертациялық жұмыстың дербестік қағидасы сақталған, докторант зерттеу барысында сандық және контенттік талдау әдістерін, эконометриялық модельдеу бағдарламаларын пайдалана отырып, жоғары деңгейде алдына қойған міндеттерді орындаған.

3. Ізденушінің диссертацияда тұжырымдалған әрбір ғылыми нәтижесі қорытындысының жаңалық нәтижесі.

Жоғарыда көрсетілген ғылыми нәтижелердің, қорытындылардың жанашылдық дәрежесі келесідей:

– «маркетингтік құралдар» мен «маркетингтік өзара әрекеттесу» тақырыбына байланысты зерттеулердегі негізгі бағытты түсіну үшін Google Scholar және ProQuest іздеу жүйесінен 385 отандық және шетелдік мақалаларға R тілі негізінде контент талдау жүргізіп, семантикалық модель жасады, ол жаңа болып табылады;

– өнеркәсіп саласындағы «маркетингтік құралдар» мен «маркетингтік өзара әрекеттесу» ұғымдарының бірегей анықтамасы берілді, ол ішінара жаңа болып келеді;

– SMART PLS бағдарламасы арқылы маркетингтік құралдарды тиімді пайдалану негізінде маркетингтік өзара әрекеттесу факторларының жаңа құрылымдық моделі ұсынылды.

– R тілі негізінде статистикалық талдау жүргізіліп, нәтижесінде үн өнімдерін өткізуге әсер етуші факторлар анықталып, олардың өткізу болжау көлемінің жаңа моделі ұсынылды;

– маркетингтік құралдарды тиімді қолдану бойынша ұсыныстар, ол ішінара жаңа болып табылады.

4. Ізденушінің диссертацияда тұжырымдалған әрбір нәтижесінің тұжырымдар мен қорытындыларын негіздеу және шынайылық дәрежесі

Автор әзірлеген ғылыми нәтижелердің негізделуі мен шынайылығы экономикалық, маркетингтік зерттеу жүргізудің заманауи теориялары мен әдістерінің қолданылуымен, зерттеу нәтижелерінің тәжірибеде пайдаланылуымен расталып дәлелденеді.

Сонымен қатар, ғылыми тұжырымдар мен қорытындылардың шынайылығы мемлекеттік органдар мәліметтерін, заңдық-нормативтік құжаттарды, мерзімдік және электронды басылым материалдарын пайдалануымен, экономика-статистикалық, эконометриялық әдістерді қолдана отырып сәйкес есептеулер жасалуымен расталады, ол өз кезегінде тәжірибелік ұсыныстардың нақтылығын негіздейді.

5 Алынған нәтижелердің ішкі бірлігін бағалау.

Диссертациялық зерттеу ішкі логикалық өзара байланысқа ие, зерттеудің құрылымы ойластырылған, зерттеу жұмысының мақсаты, міндеттері, жоспары оның негізгі мазмұнына сәйкес, алынған нәтижелер өзара байланысты, тәжірибелік ұсыныстар экономикалық ғылымның іргелі тұжырымдарына негізделіп жасалған.

Диссертация логикалық қисынды, толық аяқталған еңбек болып табылады, зерттеліп отырған ұнтарту саласындағы маркетингтік құралдарды қолдану бойынша бірқатар ғылыми нәтижелерді, қорытындыларды, тұжырымдарды қамтыған, олар ішкі біртұтастыққа ие, ол өз кезегінде автордың экономикалық ғылымға қосқан жеке үлесін куәландырады.

6 Ізденушінің алған нәтижелерінің тиісті өзекті мәселені, теориялық немесе қолданбалы міндетті шешуге бағытталғандығы.

Диссертациялық зерттеудің нәтижелері ұнтарту саласында маркетингтік құралдарын қолдану барысында өзекті әлеуметтік-экономикалық мәселелерді

шешуге бағытталған. Диссертацияда алынған қорытындылар, тұжырымдар маркетингтік құралдар арқасында ұнтарту саласын дамыту бағдарламаларын әзірлеуде және ұнтарту саласындағы қызметін жетілдіруде қолданылуы мүмкін. Жұмыстың теориялық-әдістемелік материалдары жоғары оқу орындарында дәріс және тәжірибелік сабақтарды жүргізу барысында қолданылуы мүмкін.

7. Диссертация мазмұнындағы және рәсімделуіндегі кемшіліктер.

Диссертациялық зерттеу жұмысының артықшылықтары мен қатар бірқатар кемшіліктерін де айта кету керек:

1. Диссертациялық жұмыста 7 кестені рәсімдеуде кейбір техникалық қателіктер кездеседі.

2. Жұмыстың талдау бөлімінде ұнтарту саласының дамуы бойынша әлемдік тәжірибеден салыстырмалы мәліметтер келтірілсе диссертацияның құндылығы арта түсер еді.

Жалпы жоғарыда келтірілген кемшіліктер жұмыстың маңыздылығы мен құндылығына нұқсан келтірмейді, жұмыс жоғары деңгейде орындалған және жеткілікті ғылыми нәтижелерді қамтыған.

8. Диссертацияның философия (PhD) докторы Дәрежелер беру Ережелерінің талаптарына сәйкестігі

Диссертациялық жұмыс материалдары логикалық тұрғыдан дұрыс байланыстырыла орындалған. Берілген тәжірибелік тұжырымдар қолданбалы сипатта және оларды ұнтарту саласы нарығы қызметінде маркетингтік қызметтің тиімділігін арттыруда пайдалануға жарамды.

Жалпы Дуйсебаева Айжан Матаевнаның «6D051100-Маркетинг» мамандығы бойынша философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған «Ұнтарту өнеркәсібі кәсіпорындарын дамытудың маркетингтік құралдары» тақырыбындағы диссертациялық жұмысы диссертацияларға қойылатын барлық талаптарға жауап береді, ал оның авторы «6D051100-Маркетинг» мамандығы бойынша философия докторы (PhD) дәрежесіне лайықты.

Ресми рецензент:

**экономика ғылымдарының кандидаты,
Қазақ Ұлттық аграрлық университетінің
«Менеджмент және агробизнесті ұйымдастыру»
кафедрасының профессоры**

Бекенова Г.Ы.

