

## **ОТЗЫВ НАУЧНОГО КОНСУЛЬТАНТА**

### **на диссертационную работу Дуйсебаевой Айжан Матаевны на тему: «Маркетинговые инструменты развития предприятий мукомольной промышленности»**

Мука является социально значимым продуктом переработки зерна. Объемы переработки влияют на структуру потребления мукомольно-крупяных продуктов и формирование ВВП государства. Мукомольная отрасль в структуре переработанной продукции растениеводства занимает наибольший удельный вес.

На сегодняшний день сектор переработки зерна находится в состоянии стабильности, но в будущем требуется дальнейшее развитие, повышение конкурентных преимуществ и как следствие экспортного потенциала. На современном этапе развития рыночных отношений в Казахстане назрела необходимость повышения эффективности мукомольных предприятий, что обусловлено расширением экономических, политических и хозяйственных связей.

В настоящее время мукомольная промышленность – важнейшая отрасль пищевой индустрии Казахстана, ее развитие непосредственно связано с наиболее полным использованием возможностей эффективности и экономии ресурсов. Речь идет об эффективном использовании маркетинговых инструментов мукомольными предприятиями и как следствие этого рост конкурентоспособности на международном рынке муки.

В условиях рыночной экономики существует высокая степень неопределенности экономического поведения субъектов рынка. Поэтому большую роль играют методы перспективного анализа, позволяющие принимать решения на основе оценки возможных ситуаций в будущем и выбора из нескольких вариантов решений. Разработка и осуществление эффективных решений на основе использования маркетинговых инструментов является важнейшей предпосылкой обеспечения конкурентоспособности продукции организации, а также создания оптимальной структуры организации производства, и рационализации других сторон деятельности предприятия. Эффективное использование маркетинговых инструментов отражает различные процессы по совершенствованию деятельности предприятия.

Вопросы об использовании маркетинговых инструментов рассматривались во многих казахстанских и зарубежных исследованиях. В данной работе автор применил маркетинг взаимоотношений, как наиболее важнейшую маркетинговую стратегию, особенно для рынков B2B, которая также может быть использована в любой промышленной отрасли.

Работа посвящена исследованию развития предприятий мукомольной промышленности на основе эффективного использования маркетинговых инструментов. В исследовании четко сформулированы задачи, обоснованы выводы. Структура работы отражает системный подход к решению поставленных задач, изложение материала представлено лаконично, с соблюдением внутренней логики.

Рассматривая научные основы использования маркетинговых инструментов в мукомольной отрасли, автор выделил наиболее значимые аспекты исследования, проблему выбора ассортимента продукции. Анализ современного состояния мукомольной отрасли включает рассмотрение основных сегментов казахстанского рынка, отраслей специфики и факторов развития.

Сформулированы рекомендации по повышению качества сырья, и общего развития предприятий мукомольной промышленности, на основе использования маркетингового комплекса. В ходе исследования выявлены факторы, отрицательно влияющих на развитие данной отрасли, а также критерии выбора экспортными отечественной мукомольной продукции.

Диссертация является законченной научно-исследовательской работой; характеризуется высоким теоретическим уровнем, оригинальностью решения поставленных вопросов и имеет ярко выраженную практическую направленность; автор продемонстрировал хорошее владение современными методами исследования.

Основные положения диссертации нашли отражение в публикациях автора. Разработанные и предложенные в диссертации положения использованы в маркетинговой деятельности мукомольного предприятия.

Практическая значимость проведенного исследования нашла отражение в конкретных предложениях и рекомендациях, позволяющих мукомольным предприятиям на основе маркетинговых инструментов повысить экономическую эффективность и конкурентоспособность. Методические положения, инструментарий и некоторые результаты работы могут быть использованы в учебном процессе высших учебных заведений при разработке тематических лекций, практических занятий и послужить базисом для последующих разработок.

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



Исследование на тему: «Маркетинговые инструменты развития предприятий мукомольной промышленности» выполнено на достаточно высоком научно-теоретическом уровне, соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора философии Ph.D по специальности 6D051100 - «Маркетинг», а ее автор заслуживает присуждения искомой степени доктора философии Ph.D по специальности 6D051100-«Маркетинг».

Научный консультант,  
Зав. кафедрой маркетинга  
Федерального Государственного  
Бюджетного образовательного учреждения  
Высшего образования  
«Российский экономический университет  
имени Г.В. Плеханова»,  
д.э.н., профессор  
Ирина Ивановна Скоробогатых



117997, Москва, Россия, Стремянный переулок, 36  
Тел. +74992379496  
e-mail: skorobogatykh.II@rea.ru

**«Ұн тарту өнеркәсібі кәсіпорындарын дамытудың маркетингтік құралдары» тақырыбына Дүйсебаева Айжан Матаевнаның  
диссертациялық жұмысына**

**ҒЫЛЫМИ КЕҢЕСШІНІҢ ПІКІРІ**

Ұн - дәнді қайта өңдеудің әлеуметтік маңызды өнімі болып табылады. Қайта өңдеу көлемдері ұн тарту- жарма өнімдерін тұтыну құрылымына және мемлекеттің ЖІӨ қалыптасуына әсер етеді. Егін шаруашылығының қайта өңделген өнімдері құрылымында ұн тарту саласы - ең үлкен меншікті салмаққа ие.

Бүгінгі таңда дәнді қайта өңдеу секторы тұрақты жағдайда, алайда, алдағы уақытта ол әрі қарай дамытуды, бәсекелестік басымдылықтарды көтеруді, соған сәйкес экспорттық әлеуетті көтеруді талап етеді. Нарықтық қатынастардың дамуының заманауи сатысында Қазақстанда экономикалық, саяси және шаруашылық байланыстардың кеңеюімен шартталған ұн тарту кәсіпорындарының тиімділігін арттыру қажеттілігі жетілді.

Қазіргі таңда ұн өнеркәсібі - Қазақстанның тағам индустриясының маңызды саласы болып табылады және оның дамуы тиімділікті және ресурстарды үнемдеу мүмкіндіктерін барынша толық пайдалануға тікелей байланысты болады. Демек, бұндағы мәселе ұн тарту кәсіпорындарының маркетингтік құралдарды тиімді пайдалануы және соның салдарында халықаралық ұн нарығындағы бәсекеге қабілеттіліктің өсуі болып отыр.

Нарықтық экономика жағдайларында нарық субъектілерінің экономикалық сипатының тұрлаусыздығының жоғары дәрежесі орын алуда. Сондықтан, болашақта болуы ықтимал жағдайларды бағалау және шешімдердің бірнеше нұсқаларын таңдау негізінде шешімдерді қабылдауға мүмкіндік беретін перспективтік талдаудың әдістері үлкен рөл атқарады. Маркетингтік құралдарды пайдалану негізінде тиімді шешімдерді әзірлеу және жүзеге асыру ұйымның өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің, сондай-ақ, өндірісті ұйымдастырудың оңтайлы құрылымын құрудың және кәсіпорынның қызметінің басқа жақтарын оңтайландырудың алғышарты болып табылады. Маркетингтік құралдарды тиімді пайдалану кәсіпорын қызметін жетілдіру бойынша әр түрлі үдерістерді айқындайды.

Маркетингтік құралдарды пайдалану туралы мәселелер көптеген қазақстандық және шетелдік зерттеулерде қарастырылады. Осы жұмыста автор кез келген өнеркәсіптік салада пайдаланыла алатын әсіресе, B2B



нарығы үшін барынша маңызды маркетингтік стратегия ретінде өзара қарым-қатынастар маркетингісін қолданды.

Жұмыс маркетингтік құралдарды тиімді пайдалану негізінде ұн тарту өнеркәсібі кәсіпорындарын дамытуды зерттеуге арналған. Зерттеуде міндеттер айқын тұжырымдалған, қорытындылар негізделген. Жұмыс құрылымы қойылған мақсаттарды шешуге жүйелі жолдарды көрсетеді, материалды баяндау ішкі логиканы сақтай отырып, ықшамды ұсынылған. .

Ұн тарту саласында маркетингтік құралдарды пайдаланудың ғылыми негіздерін қарастыра отырып, автор зерттеудің ең маңызды аспектілерін, өнім ассортиментін таңдау мәселесін атап өткен. Ұн тарту саласының заманауи жағдайын талдауға қазақстандық нарықтың негізгі сегменттерін, даму ерекшелігі мен факторлары салаларын қарау кіреді .

Шикізат сапасын және маркетингтік кешенді пайдалану негізінде ұн тарту өнеркәсібінің жалпы дамуын арттыру бойынша ұсыныстар тұжырымдалды. Зерттеу негізінде осы саланың дамуына теріс ықпал ететін факторлар, сондай-ақ, экспорттаушылардың отандық ұн тарту өнімін таңдау критерийлері анықталды.

Диссертация аяқталған ғылыми-зерттеу жұмысы болып табылады; жоғары теориялық деңгейімен, қойылған мәселелерді шешу сонылығымен сипатталады және айқын көрсетілген практикалық бағыттылыққа ие; автор зерттеудің заманауи әдістерін жақсы меңгергенін көрсеткен.

Диссертацияның негізгі жағдайлары автордың басылымдарында көрініс тапты. Диссертацияда әзірленген және ұсынылған ереже ұн тарту кәсіпорынының маркетингтік қызметінде пайдаланылған.

Жүргізілген зерттеудің практикалық маңызы маркетингтік құралдар негізінде ұн тарту кәсіпорындарына экономикалық тиімділікті және бәсекеге қабілеттілікті арттыруға мүмкіндік беретін нақты ұсыныстар мен кеңестерде көрінісін тапты. Әдістемелік ереже, құралдар мен жұмыстың кейбір нәтижелері тақырыптық лекцияларды, практикалық дәрістерді әзірлеу кезінде жоғары оқу орындарының оқу үдерісінде пайдаланыла алады және келесі әзірлемелерге негіз болады.

Диссертациямен жұмыс барысында А.М.Дүйсебаева өзін экономика және маркетинг саласындағы күрделі ғылыми мәселелерді шеше алатын жоғары білікті және бастамашыл маман ретінде танытты. Жасалған жұмыстың өзінділігін, диссертанттың шығармашылық ойлау қабілеттілігін,

табандылығын, сондай-ақ, зерттеу пәніне жақсы бағдарлылығын атап өткен жөн.

«Ұн тарту өнеркәсібі кәсіпорындарын дамытудың маркетингтік құралдары» тақырыбына зерттеу айтарлықтай жоғары ғылыми -теориялық деңгейде орындалды, 6D051100 «Маркетинг» мамандығы бойынша Ph.D философия докторы ғылым дәрежесін алу үшін диссертацияларға қойылатын талаптарға сәйкес, оның авторы 6D051100 «Маркетинг» мамандығы бойынша Ph.D философия докторының дәрежесін алуға лайықты.

Ғылыми кеңесші,  
«Г.В.Плеханов атындағы Ресей экономикалық университеті»  
Жоғары білім берудің  
Федералды Мемлекеттік Бюджеттік білім беру  
мекемесінің Маркетинг кафедрасының меңгерушісі  
Э.ғ.д., профессор  
Ирина Ивановна Скоробогатых  
117997, Мәскеу, Ресей, Стремянный тұйық көшесі, 36  
Тел: +74992379496  
e-mail: [skorobogatykh@rea.ru](mailto:skorobogatykh@rea.ru)

\колы\

Домалақ және төрт бұрышты көк мөр



Республика Казахстан, город Алматы,  
десятое июня две тысячи девятнадцатого года.

Текст настоящего документа переведен с русского языка на казахский язык известным мне переводчиком гр. Василевской Виктории Вячеславовной, подлинность подписи которой свидетельствую:

Подпись *Василевская Виктория Вячеславовна*

‘10’ июня 2019 года. Я, Сарсембаева Анар Сапиевна, нотариус города Алматы, действующая на основании государственной лицензии № 0002580 от 03 июня 2009 года, выданной Комитетом регистрационной службы и оказания правовой помощи Министерства юстиции Республики Казахстан, свидетельствую подлинность подписи переводчика гр. Василевской Виктории Вячеславовны. Личность подписавшей документ установлена, дееспособность проверена.



Зарегистрировано в реестре за № 6947  
Оплачено согласно ст. 30-1 Закона РК «О Нотариате»  
Нотариус *[Signature]*

Пронумеровано и прошнуровано  
на 7 (семь)  
\_\_\_\_\_ страниц  
Нотариус *[Signature]*



Қазақстан Республикасы, Алматы қаласы  
екі мың он тоғызыншы жылдың оныншы маусымы

Осы құжаттың мәтіні маған белгілі аудармашы аз. Василевская Виктория Вячеславовнамен орыс тілінен қазақ тіліне аударылды, оның қойған қолының түпнұсқалығын куәландырамын:

Василевская Виктория Вячеславовна

2019 жылғы «10» маусымда мен, Қазақстан Республикасы Әділет министрлігі Тіркеу қызметі және құқықтық көмек көрсету комитетімен берілген 2009 жылғы 03 маусымдағы № 0002580 мемлекеттік лицензияның негізінде әрекет ететін, Алматы қаласының нотариусы Сарсембаева Анар Сапиевна, аудармашы аз. Василевская Виктория Вячеславовнаның қойған қолының түпнұсқалығын куәландырамын. Құжатқа қол қойған адамның жеке басы анықталды, әрекет қабілеттілігі тексерілді.

Тізілімде № 6947 тіркелген  
«Нотариус туралы» ҚР Заңының  
30-1-бабына сәйкес ақы төленді  
Нотариус