Отзыв
научного консультанта на диссертацию
Кульмаганбетовой Айсулу Султановны на тему «Развитие рынка земель сельскохозяйственного назначения на основе маркетинговых инструментов (на примере Акмолинской области)»
на соискание степени доктора философии (PhD)
по специальности 6D051100 – «Маркетинг»

Актуальность темы исследования.

В настоящее время Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 декабря 2021 года № 960 «Об утверждении Концепции развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2021-2030 годы» обозначило принципы и подходы развития рынка земель сельскохозяйственного назначения, основы которых утверждены Конституцией Республики Казахстан, Земельным кодексом Республики Казахстан, государственными программами устойчивого развития села.

Важной задачей аграрной политики государства является усовершенствование земельного законодательства по упрощению процедур порядка предоставления земельных участков, цифровизация услуг в сфере земельных отношений, доступность сведений на рынке о свободных земельных участках. Государством проводятся мероприятия по эффективному использованию земель сельскохозяйственного назначения, в частности, на неиспользуемых землях сокращены сроки изъятия с 2-х лет до 1 года, увеличена налоговая нагрузка. В связи с этим, изучение проблем рынка земель сельскохозяйственного назначения и разработка маркетинговых инструментов по его развитию в современных условиях, является актуальной задачей научного исследования.

Социально-экономическая стабильность и эффективность бизнеса сельского населения, его общественное благополучие и притягательность жизни на селе для людей, зависят от динамичных преобразований в рыночной экономике. Важными индикаторами качества жизни на селе, отражающие параметры социального благополучия граждан и эффективной экономики государства, являются эффективные показатели оборота земель сельскохозяйственного назначения на рынке. В результате государственных реформ, проводимых аграрной политикой страны, созданы условия для применения маркетинговых инструментов продвижения товара (в качестве которого выступает земля) на рынке земель сельскохозяйственного назначения.

В агропромышленном комплексе вопросы формирования и развития рынка земель сельскохозяйственного назначения, в частности, Акмолинской области, требуют решения многих проблем. Они возникли вследствие особенностей, возникших в результате перехода от общественного пользования земельными ресурсами, к государственной и частной собственности. Другой особенностью рынка земель сельскохозяйственного

назначения в стране является мораторий на продажу. На современном этапе рынок земель сельскохозяйственного назначения ограничен предложением товара, в рамках которых выступает сама земля, в результате активно формируются процессы арендных отношений.

Переход к рыночному хозяйствованию нарушил систему регулирования земельных ресурсов в сельском хозяйстве, перестали планомерно формироваться отраслевые структуры земель сельскохозяйственного назначения, сократилось их бюджетное финансирование, направленное на повышение качества земель. Частные предприниматели экономно вкладывают свой капитал, в основном в доходные виды аграрного бизнеса на производство и реализацию зерновой продукции.

Эти проблемы создают трудности по обеспечению аграрной сферы экономики развитым и доходным рынком земель, тормозят внедрение маркетинговых инструментов продвижения товара-земли, для формирования устойчивой экономики агропромышленного комплекса.

Сложность задач исследования обусловлена спецификой казахстанского рынка земель сельскохозяйственного назначения, что порождает тенденции пассивного оборота земельных участков при различных сделках. Продление моратория сроком на 10 лет, отсутствие активных продаж до объявления моратория, не эффективная земельная политика ведёт к стагнации рынка.

Приоритетной задачей государства является решения перечисленных проблем и недостатков по развитию рынка земель сельскохозяйственного назначения, на основе использования маркетинговых инструментов продвижения товара, что ещё раз подтверждает актуальность темы диссертационного исследования.

Основные научные результаты.

В диссертационной работе разработаны ряд новых результатов, опирающихся на теоретическую базу исследований ученых по развитию рынка земель сельскохозяйственного назначения, на основе использования маркетинговых инструментов. Изучена методологическая сущность понятий «рынок земель», «маркетинг земельных ресурсов», «аренда земель сельскохозяйственного назначения», «продажа прав аренды», «маркетинг земель сельскохозяйственного назначения» в системе рыночных отношений. Исследованы маркетинговые концепции и системы продвижения земель сельскохозяйственного назначения на рынке, проблемы эффективного вовлечения в оборот на основе маркетинговых инструментов. Обобщены маркетинговые инструменты ценообразования на землю, которые позволят увеличить сделки на рынке землепользователей. Изучен опыт мировой практики формирования размера арендной платы и продолжительности времени предоставления аренды для земель сельскохозяйственного назначения. Разработана блок-схема структуры рынка земель сельскохозяйственного назначения, отражающая современные показатели, характерные для этого рынка.

Аналитическая часть диссертационной работы представлена динамикой количественных и качественных показателей рынка земель

сельскохозяйственного назначения Акмолинской области за исследуемый период. На основе маркетинговых исследований выявлены основные факторы влияния на развитие рынка земель сельскохозяйственного назначения в регионе. В результате анализа факторов выявлены проблемы и причины, сдерживающие продвижение товара-земли на рынке, предложены маркетинговые инструменты для их решения и устранения. Маркетинговым инструментом продвижения товара земель сельскохозяйственного назначения в эффективный рыночный оборот, является разработанная автором методика расчета кадастровой стоимости и арендной платы земель в Акмолинской области.

В результате проведенного диссертационного исследования получены следующие, обладающие научной новизной, результаты:

– обобщены и систематизированы положения теории маркетинга, раскрывающие сущность понятия «маркетинг земель сельскохозяйственного назначения»;

– выполнена оценка формирования маркетинговой среды и специфических особенностей рынка земель сельскохозяйственного назначения, разработана блок-схема рынка земель сельскохозяйственного назначения;

– выполнен маркетинговый анализ факторов, которые влияют на развитие рынка земель сельскохозяйственного назначения;

– исследованы маркетинговые инструменты ценообразования на земли сельскохозяйственного назначения по методикам расчета кадастровой стоимости и арендной платы;

– усовершенствованы маркетинговые инструменты ценообразования для расчета арендной стоимости с учетом особенностей использования сельскохозяйственных земель;

– разработан специализированный сайт для продвижения товара на рынке земель сельскохозяйственного назначения.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке маркетинговых инструментов, которые обеспечат эффективный рыночный оборот земель сельскохозяйственного назначения, в выявлении специфики и особенностей в системе земельных отношений на земельном рынке, связанных с современным реформированием сельскохозяйственного производства.

Практическую ценность представляют результаты анализа использования земельных ресурсов за исследуемый период, позволившие автору выявить современное состояние рынка земель сельскохозяйственного назначения.

Основную практическую ценность представляют конкретные маркетинговые инструменты обеспечения эффективного продвижения рынка сельскохозяйственного назначения: совершенствование ценообразования в

методиках расчета кадастровой стоимости и арендной платы, а также в разработке информационного сайта по продвижению земли, на рынке.

Диссертационная работа выполнена на актуальную тему, обладает новизной, имеет научно-практическую значимость, является завершенным исследованием.

В целом, диссертационное исследование Кульмаганбетовой А.С. на тему "Развитие рынка земель сельскохозяйственного назначения на основе маркетинговых инструментов (на примере Акмолинской области)" соответствует квалификационным требованиям, предъявляемым к диссертациям PhD, допускается к публичной защите на соискание степени доктора PhD по специальности 6D051100 – "Маркетинг".

Научный консультант
д.э.н., профессор Шуленбаева Ф.А.