

## ОТЗЫВ

на диссертацию на соискание степени доктора философии (PhD) по специальности 6D051100 - «Маркетинг»  
Малдыновой Айжаны Владимировны

В настоящее время в условиях экономической глобализации, которая в двадцать первом веке превращается в решающий фактор развития, эффективно могут функционировать только те промышленные предприятия, которые используют концепцию маркетинга как технологию достижения успеха в экономической деятельности, поскольку обеспечение производства востребованных на рынке товаров и их продвижение путем реализации маркетинговых стратегий составляют основу формирования товарной политики современных промышленных предприятий.

Рациональность применения маркетинговой стратегии определяется тем, что именно данная составляющая стратегического планирования обеспечивает товару такие характеристики, которые определяют его конкурентоспособность на рынке и создают условия для получения предприятием высокой прибыли.

Роль сервитизации возрастает в условиях нестабильной конкурентной и достаточно динамичной рыночной внешней среды. У предприятий появляются новые партнеры, усложняются производственные связи, варьируются цены на ресурсы, изменяется внешняя институциональная среда. Не подлежит сомнению, что эти и другие объективные условия динамики социально-экономического развития определяют необходимость разработки концепции управления предприятием на основе рациональной товарной политики, формируемой в рамках общей системы маркетинга.

Автор поставил следующую цель исследования: на основе теоретико-методического обобщения международного опыта разработать стратегию сервитизации предприятий, производящих инновационные продукты. Для достижения этих целей автором в диссертационном исследовании в логической последовательности в соответствии с предложенной структурой работы изложены основные положения.

Для полного раскрытия задач, поставленных в диссертационном исследовании, автором был изучен и проанализирован опыт внедрения стратегии сервитизации в зарубежных странах, который был использован при формировании современной казахстанской модели внедрения стратегии сервитизации, в частности, какие факторы мотивируют предприятия применять стратегию сервитизации. Диссертант разработал универсальный план внедрения стратегии сервитизации на предприятия, производящие инновационные продукты, предложил методику анализа текущей ситуации на предприятии по оказанию сервиса – карту сервитизации.

Автор диссертационной работы дает обобщенную оценку современного состояния маркетинга на промышленном рынке, стратегии сервитизации на казахстанском рынке, а также пути взаимодействия предприятий заказчиков с клиентами. Результатом предлагаемых диссертантом мер, в конечном итоге,

может стать реализация стратегии сервитизации, которая, в свою очередь, приведет к созданию системы эффективного и конкурентоспособного взаимодействия участников рынка. Все это позволит обеспечить рост прибыли, улучшение качества сервиса, увеличение уровня лояльности и доверия клиентов к предприятиям промышленного рынка.

Квалифицированный анализ, полученных в ходе исследований данных обеспечил высокую аргументированность научных результатов проведенного исследования, его правильная реакция на замечания научного руководителя и рецензентов работы свидетельствует о взыскательности и высокой требовательности диссертанта к себе и своим трудам.

Проведенное Малдыновой А.В. исследование свидетельствует о том, что автор в достаточной мере владеет методами научного анализа, обладает достаточно высоким уровнем подготовленности к проведению необходимых научных изысканий, имеет достаточную эрудицию в области маркетинга.

Диссертация Малдыновой А.В. является законченной самостоятельной научно-исследовательской работой, содержащей новые конкретные решения по дальнейшему развитию стратегии сервитизации как маркетинговой стратегии в Казахстане.

Результаты проведенного исследования нашли свое отражение в авторских научных публикациях.

Оценивая личные способности, отметим, что в ходе проведения исследовательской работы докторант проявил ответственность и креативность мышления, умение самостоятельно работать с научной литературой, делать соответствующий обзор, использовал и развил аналитические навыки.

Диссертация Малдыновой Айжаны Владимировны на тему: «Формирование маркетинговой стратегии продвижения инновационных продуктов на промышленном рынке Казахстана» является завершенным научным исследованием, носит практикоориентированный характер, полностью соответствует установленным требованиям и может быть допущена к публичной защите.

**Научный консультант:**  
д.э.н., профессор,  
зав. кафедрой маркетинга  
МГУ им. Ломоносова



**Герасименко В.В.**

*Герасименко В.В.*

*07.02.2020г*