

## **ОТЗЫВ**

**на диссертационную работу Малдыновой Айжаны Владимировны  
на тему: «Формирование маркетинговой стратегии для продвижения  
инновационных продуктов на промышленном рынке Казахстана» на  
соискание степени доктора философии (PhD) по специальности  
6D051100 - «Маркетинг»**

В современных экономических условиях, характеризующихся ростом конкуренции в условиях мировых процессов глобализации, особую актуальность приобретает поиск наиболее эффективных стратегий развития и структуры торгового портфеля промышленных компаний. Разработка и последовательная реализация маркетинговой стратегии позволяет предприятиям адаптироваться к изменениям внешней среды, эффективно использовать свой потенциал и создавать реальные предпосылки для обеспечения стратегической устойчивости деятельности.

В последние десятилетия процесс разработки и продвижения инновационных продуктов развивался за счет перехода на путь интеграции продукта и сервиса, который в современной экономической литературе получил название сервитизации. Создание значимых конкурентных преимуществ требует системного подхода к постановке целей и распределению имеющихся в распоряжении предприятия ресурсов.

Предприятия, функционирующие на промышленном рынке постсоветского пространства, преимущественно характеризуются организационной сложностью и многокомпонентностью. В связи с этим они отличаются наличием большого числа недостаточно прочных связей, которые могут быть нарушены в долгосрочной перспективе и привести к снижению экономической устойчивости. В этой связи крайне актуальным является обоснование методических подходов к разработке маркетинговой стратегии, способствующей формированию представлений о перспективах непрерывного развития и поддержания конкурентных преимуществ на рынке.

В связи с изложенным выше, исследование, посвященное сервитизации как маркетинговой стратегии продвижения инновационного продукта на промышленном рынке является актуальным и соответствует приоритетам проводимой экономической политики в Республике Казахстан, её общенаучным и государственным программам.

Новизна диссертации подтверждается авторскими подходами к определению понятий «инновационный продукт», «сервитизация». Дана авторская классификация инновационных продуктов на промышленном рынке. Впервые произведена оценка уровня сервитизации на инновационных предприятиях Казахстана. Предложена модель влияния внедрения сервитизации, а также произведены прогнозные расчеты эффективности внедрения сервитизации.

Предложенное в диссертации научное обоснование формирования маркетинговой стратегии является результатом теоретических и практических подходов решения этой проблемы. В диссертационной работе использованы

труды ведущих ученых, привлечен большой массив статистической, производственной информации. Применяя современные методы анализа данных, такие как программы Smart PLS и R, а также используя качественные и количественные методы маркетинговых исследований, соискатель творчески подошла к решению выбранной темы научного исследования.

Работа выполнена на высоком научно-теоретическом уровне, полученные результаты имеют высокую степень новизны и практической значимости для перехода предприятий Казахстана к стратегии сервитизации.

Автор диссертационного исследования Малдынова А.В. заслуживает присвоения степени доктора философии (PhD) по специальности 6D051100 «Маркетинг».

Доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансовые технологии» Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

**Каплан Алексей Владимирович**

*19 июня 2020 г.*

В случае возникновения вопросов,  
просьба обращаться по следующим контактам:  
+7 912 8973785 (RUS)  
+7 776 7195544 (KZ)  
kaplan@mail.ru

Верно  
Ведущий доктор наук  
О.В. Малдынова

