

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»**

Обеспечение опережающего роста компании и поддержка долгосрочной стабильности являются основными задачами для промышленных предприятий. Решение этих задач связано с разработкой и внедрением маркетинговой стратегии в процессы принятия управленческих решений.

Изменение рынка от потребления продукта к ориентированному на него спросу привело к стратегии сервитизации производственных предприятий, которая заключается в переходе от ориентации на продукт, к системам интеграции продуктов с сервисом, то есть к сервитизации. Такая трансформация должна глубоко укорениться в архитектуре ценностей производственных предприятий и выступать в качестве маркетинговой стратегии. Сервитизация – это инновация в возможностях и процессах организации, создающая взаимную ценность за счет перехода от продажи продуктов к продаже сервиса.

В связи с этим, актуальным вопросом становится изучение и анализ процесса внедрения и развития стратегии сервитизации на промышленном рынке Республики Казахстан.

Проблематика диссертационного исследования имеет практическую значимость в рамках Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2020-2025 годы. Так, с целью стимулирования и развития обрабатывающей промышленности и усиления позиций отечественных производителей на международном уровне будут активно использоваться инструменты в части совершенствования систем стандартизации и обеспечения единства измерений, введения маркировки товаров, расширения испытательных и измерительных возможностей, а также создания условий для признания результатов испытаний и измерений на международном уровне.

Новизна диссертации подтверждается авторскими подходами в определении концепции сервитизации, оценки ее уровня на казахстанских инновационных предприятиях, формировании модели влияния сервитизации на экономические показатели предприятий и пошагового плана ее внедрения на предприятиях; использованием в процессе анализа данных современных программ, таких как Smart PLS и R.

Полученные автором новые научные результаты нашли целенаправленно использование, что подтверждается прилагаемыми к диссертации актами о практическом применении результатов диссертационного исследования.

Обоснованность и достоверность полученных результатов являются достаточно высокими, их научно-практическая значимость, сформулированная в диссертации, подтверждается использованием и обобщением научных трудов зарубежных и отечественных исследователей по проблеме маркетинговых стратегий на промышленных рынках и сервитизации; использованием научной, статистической информации, аналитических материалов и официальных источников.

Вышеизложенное позволяет утверждать, что сформулированные в диссертации выводы и предложения являются научно обоснованными, базируются на научной и практической компетенции автора по проблеме.

Наряду с достоинствами в диссертационной работе имеются отдельные недостатки, которые выражаются в следующем:

а. Теоретическая часть, раскрывающая сущность инноваций выиграла бы при более детальном описании Методологии Фраскати.

б. Приведенные статистические данные, анализируемые в диссертационном исследовании необходимо использовать актуализированные с учетом 2019 года.

Однако, указанные недостатки не влияют на общую положительную оценку. Диссертация может быть рекомендована к утверждению КОКСОН, а ее автор достоин присвоения степени доктора философии (PhD) по специальности 6D051100 «Маркетинг».

Руководитель Дирекции обработки заявок

АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта»

«QazIndustry», к.э.н.



Жумабекова С.А.

За дополнительной
информацией обращайтесь:
salta_zh@mail.ru
+7 701 734 7238