

ОТЗЫВ

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

1. Актуальность темы исследования и ее связь с общенаучными и общегосударственными программами (запросами практики и развития науки и техники).

Важной проблемой, стоящей перед любой организацией, действующей в условиях рынка, является проблема обеспечения непрерывности развития. В зависимости от складывающихся условий и обстоятельств эта проблема решается различными организациями по-своему, но общим для всех является создание и реализация конкурентных преимуществ в рамках формирования маркетинговой стратегии управления предприятием.

Формирование маркетинговой стратегии продвижения инновационного продукта представляет собой область деятельности высшего руководства, ориентированную на определение эффективных направлений и траекторий развития товарной политики предприятия в соответствии с требованиями рынка, постановку целей, распределение ресурсов и наращивание конкурентных преимуществ.

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, она возможна благодаря системному использованию маркетинговых приемов, направленных на обоснование стратегических решений.

Предприятия, функционирующие на промышленном рынке, из-за своей сложности и многокомпонентности отличаются низкой устойчивостью и наличием большого числа недостаточно прочных связей, которые могут быть нарушены в долгосрочной перспективе. В этой связи крайне актуальным является обоснование методических подходов к разработке маркетинговой стратегии, способствующей формированию представлений о перспективах непрерывного развития и поддержания конкурентных преимуществ холдингового объединения на рынке.

Подходы к индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан были сформированы в 2003 году в рамках Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан. С 2020 года начнется реализация 3-й программы индустриально-инновационного развития. В соответствии с посланием Главы Государства от 10 января 2018 года Концепция закладывает идеологический фундамент, принципы и подходы к разработке Государственной программы индустриально-

инновационного развития Республики Казахстан на 2020 - 2025 годы с учетом становления промышленности «цифровой эпохи».

В последнее время понятия «услуги» и «сервис» стали для бизнеса ключевыми. Мировой опыт показывает, что в конкурентной борьбе отнюдь побеждают не товары – все решают услуги, позволяющие прочно привязать клиента к себе. И это относится не только к потребительским, но и к промышленным рынкам.

В этой связи, стратегия сервитизации, предлагаемая автором диссертационного исследования основана на концепции, которая выходит за рамки традиционного подхода к предоставлению дополнительных услуг, но рассматривает общее предложение для клиента как интегрированный пакет, состоящий как из товаров, так и услуг. Это подтверждает актуальность исследования и соответствие его приоритетам проводимой экономической политики в Республике Казахстан, общенаучным и государственным программам.

2. Научные результаты в рамках требований к диссертации (Правил присуждения степеней)

Представленная диссертационная работа является самостоятельно выполненным соискателем, расцениваемым как научно квалификационный труд. Исследование признается как комплекс важных научных достижений результатов, имеющих методологическую основу и практическую значимость, полученных в процессе исследования. Это позволяет отметить его соответствие содержанию паспорта специальности 6D051100 - «Маркетинг».

По результатам выполненного диссертационного исследования научные результаты и положения, выдвинутые на публичную защиту, подтверждающие внутреннее единство, свидетельствуют о личном вкладе автора в экономическую науку. Поставленные диссертантом Малдыновой А.В. задачи, решаемые в данной работе на теоретическом и практическом уровнях, имеют несомненную научную новизну и значительный прикладной характер. К полученным основным результатам следует отнести:

- Автором консолидировано понятие термина «инновация» и предложена классификация инновационных продуктов.
- Определен уровень сервитизации на предприятиях, базирующийся на использовании факторов, охватывающих основные категории предложения по сервису.
- Проведена оценка влияния уровня сервитизации на экономические показатели и факторы мотивации внедрения стратегии сервитизации на ее уровень.
- Представлена концептуальная модель влияния сервитизации на эффективность функционирования предприятия, определяющая ожидаемые экономические результаты деятельности предприятия.
- Сформирована авторская карта внедрения сервитизации, позволяющая определить необходимые усилия и ресурсы для подготовки предприятия к сервитизации.

- Разработан пошаговый план внедрения стратегии сервитизации на предприятия, обеспечивающий стратегическую маркетинговую ориентацию на продвижение инновационного продукта.

3. Степень обоснованности и достоверности каждого результата (научного положения), вывода и заключения соискателя, сформулированных в диссертации.

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, принципы, свойственные для экономических исследований, соискатель творчески подошла к решению выбранной темы научного исследования. Степень обоснованности теоретических, методических разработок и практических предложений, изложенных в данном исследовании, подтверждается:

- преимуществом проведенного научного исследования концепциям, разработанным в мировой экономической литературе. Автором применяются их основные положения и концептуальные выкладки для решения задач, поставленных в диссертации;

- опорой при проведении исследования на методологические положения системы маркетинга, в основе которого лежит эффективное управление бизнес-процессом;

- использованием методов статистической обработки первичной информации и аналитических методов статистики;

- получением основных результатов в работе на основе полевого маркетингового исследования с применением регрессионного, корреляционного и контент анализа;

- апробацией результатов исследований на международных научно-практических конференциях, опубликованием основных положений диссертационного исследования в материалах международных конференций, научных журналах, рекомендованных Комитетом по обеспечению качества образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан, журнале базы Scopus.

Это позволяет утверждать, что полученные в диссертации выводы и рекомендации можно считать научно-обоснованными и в достаточной степени достоверными. Обработка материалов и обоснование отдельных теоретических положений и практических рекомендаций опираются на комплексный подход и другие методы научного исследования. Научные положения и результаты, выдвинутые на защиту, подтверждаются глубокой теоретической и практической базой исследования.

4. Степень обоснованности и достоверности каждого результата (научного положения), выводов и заключения докторанта, сформулированных в диссертации

Из выводов докторской диссертации обоснованно вытекает и, следовательно, подтверждается достоверность каждого научного результата:

– На основании факторов, оценивающих предложения по услугам определен уровень сервитизации на инновационных предприятиях Казахстана.

– Проведена оценка эффективности сервитизации, базирующаяся на взаимосвязи экономических показателей и уровнем сервитизации и выявлены движущие силы и барьеры предприятий в использовании стратегии сервитизации.

– Представлена авторская модель влияния сервитизации на деятельность предприятия, позволяющая обосновать эффективность внедрения сервитизации на инновационные предприятия.

– С целью комплексного подхода к реализации стратегии сервитизации сформирована карта внедрения сервитизации, позволяющая провести оценку сервисного обслуживания на предприятиях.

– В целях обеспечения стратегической маркетинговой ориентации на продвижение инновационных продуктов разработан пошаговый план внедрения стратегии сервитизации на предприятиях.

5. Оценка внутреннего единства полученных результатов

Диссертационная работа характеризуется комплексностью и взаимосвязанностью излагаемого материала. Разделы и подразделы диссертационного исследования логически взаимоувязаны и нацелены на достижение поставленных целей и задач диссертационного исследования.

Соискатель применил системный, регрессионный, корреляционный и аналитический подходы, что дало возможность практически комплексно обосновать формирование маркетинговой стратегии в условиях ужесточения конкуренции на промышленном рынке. Все представленные автором методические разработки можно охарактеризовать как варианты решения задачи

Диссертационное исследование представляет собой логически завершённый самостоятельный научный труд, имеющий несомненную научно-практическую и теоретическую значимость.

Все это позволяет оценить высокий уровень внутреннего единства, последовательность и целенаправленность исследования для получения результатов, направленных на разработку рекомендаций по дальнейшему совершенствованию маркетинга на промышленном рынке Казахстана.

6. Направленность полученных соискателем результатов на решение соответствующей актуальной проблемы, теоретической или прикладной задачи.

Результаты диссертационного исследования направлены на решение актуальной проблемы формирования маркетинговой стратегии, что соответствует Концепции индустриально-инновационного развития Республики Казахстан (принята 20 декабря 2018 года, № 846).

Результаты исследований представляют интерес для коммерческих и государственных организаций, ведущих хозяйственную деятельность в промышленной отрасли, что подтверждается актами внедрения.

Наряду с этим, полученные соискателем результаты исследования могут быть широко использованы в учебном процессе высших учебных заведений при подготовке докторов PhD, магистрантов и бакалавров.

7. Подтверждение достаточной полноты публикаций основных положений, результатов, выводов и заключения диссертации (Правил присуждения научных степеней).

Положения диссертации в полной мере отражены в трудах, опубликованных соискателем. Основные положения, выводы и научные результаты диссертационного исследования опубликованы в 10 научных трудах. В том числе 3 статьи в изданиях, рекомендованные Комитетом по обеспечению качества образования и науки МОН РК, 1 статья в зарубежном издании, состоящем в базе данных Scopus и 6 статей в научных журналах и в материалах международных научно-практических конференции.

8. Недостатки по содержанию и оформлению диссертации.

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

A. В диссертационной работе недостаточно четко определен объект исследования и не полно отражены задачи теоретического блока работы.

B. В теоретической части работы достаточно хорошо освещен зарубежный опыт применения стратегии сервитизации, но не нашли достаточного отражения ее использования в отечественной практике.

C. Обоснование выбранной стратегии выиграло бы при проведении автором сравнительного анализа альтернативных подходов к стратегическому развитию инновационных предприятий.

D. Проведенная автором аналитическая оценка предпосылок и условий функционирования стратегии сервитизации на промышленных предприятиях Казахстана позволила автору предложить методические подходы к формированию ее эффективности. Однако автором не проведены прогнозныe расчеты экономических показателей по предлагаемой методике, что не дает достаточного представления о происходящих процессах на промышленном рынке.

Указанные замечания в целом не снижают общей положительной оценки диссертационного исследования, преимуществами которой являются использование элементов институционального подхода, комплексная систематизация процесса формирования стратегии сервитизации как маркетинговой стратегии. Замечания носят рекомендательный характер.


9. Соответствие диссертации требованиям Правил присуждения ученых степеней.

Диссертация является законченным исследованием, в ходе которого автору удалось проанализировать теорию вопроса, провести маркетинговое исследование для выявления особенностей формирования маркетинговой стратегии, дать количественный и качественный анализ полученных

результатов и разработать рекомендации, имеющие методическую ценность для предприятий промышленного рынка.

В соответствии с выше сказанным диссертационная работа Малдыновой А.В. отвечает квалификационным требованиям, предъявляемым Комитетом по обеспечению качества образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан, заслуживает присвоения степени доктора философии (PhD) по специальности в 6D051100 - «Маркетинг».

Официальный рецензент,
Проректор по стратегическому развитию,
науке и инновациям Университета «Туран»
доктор экономических наук, профессор

 Г.Ж. Нурмуханова




Т. М. Нурмуханова
Проректор ОПП
Университета «Туран»
05
июль 2020 г.