

**ОТЗЫВ**  
**официального рецензента на диссертационную работу**  
**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).**

Происходящее в настоящее время реформирование экономики Казахстана выдвинуло на передний план оценку уровня конкурентоспособности как отечественных производителей, так и производимой ими продукции. Так сложилось, что многие предприятия оказались неподготовленными к работе в условиях конкурентной среды. Анализ данного обстоятельства выводит на значимое место причины, обусловленные неадекватностью используемых маркетинговых стратегий функционирования предприятий в сложившихся условиях.

Разработка маркетинговой стратегии возможна при детальном комплексном анализе текущего состояния промышленных предприятий, выявлении детерминант их конкурентоспособности и разработке стратегии развития, которая позволит перейти от традиционного высококачественного тиражирования зарубежных моделей к созданию собственных бизнес-моделей.

Сервитизация - это конкурентная стратегия, которая подразумевает объединение продуктов и услуг. Данная стратегия включает в себя предложение для клиента, которое содержит и сам продукт, и ряд сопутствующих услуг.

Сервитизация на настоящий момент – это тенденция, при которой фирмы переходят от производства товаров к предоставлению услуг или интеграции продуктов и услуг в решения, или функции.

В связи с этим, возникает необходимость изучения, обобщения и комплексного анализа развития стратегии сервитизации на промышленном рынке Казахстана. Это представляет определенный интерес в оценке результатов научных исследований в этой области.

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

Реализация поставленных в диссертации задач позволила получить научные результаты, которые в совокупности определили степень достижения цели диссертации.

Научные результаты и положения, выдвинутые на защиту можно представить следующим образом:

- На основе факторов, охватывающих основные категории предложения по сервису проведена оценка уровня сервитизации на предприятиях.

- Методика оценки влияния уровня сервитизации на экономические показатели, а также влияние на уровень сервитизации мотивационных факторов для ее внедрения.

- Концептуальная модель влияния сервитизации на эффективность функционирования предприятия, способствующая определению ожидаемых экономических результатов деятельности предприятия после внедрения сервитизации.

- Авторская карта внедрения сервитизации, позволяющая определить необходимые усилия и ресурсы для подготовки предприятия к сервитизации.

- 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.**

Оценка степени достоверности каждого результата диссертационного исследования обусловлена следующими достигнутыми научными положениями:

- изучением и обобщением научных трудов различных зарубежных и отечественных исследователей;

- использованием законодательно-нормативных документов, касающихся деятельности промышленной отрасли;

- анализом показателей деятельности инновационной промышленной отрасли;

- публикациями основных результатов работы;

Результаты исследования были опубликованы в научных журналах, рекомендованных Комитетом по обеспечению качества образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан, журнале базы Scopus и на международных научно-практических конференциях.

### **4. Степень новизны каждого результата (научного положения)**

В результате проведенного анализа научных трудов, основных концептуальных подходов по теме диссертации автором сформулированы и обоснованы теоретические, методические и практические положения и выводы, характеризующиеся определенной степенью научной новизны:

- Основываясь на факторы, оценивающие предложения по услугам определен уровень сервитизации на инновационных предприятиях Казахстана.

- На основе взаимосвязи экономических показателей и уровнем сервитизации проведена оценка ее эффективности, и выявлены движущие силы и барьеры предприятий в использовании стратегии сервитизации.

- Для обоснования эффективности внедрения сервитизации на инновационные предприятия автором разработана модель влияния сервитизации на деятельность предприятия.

- Для обеспечения комплексного подхода к процессу внедрения стратегии сервитизации автором сформирована карта ее внедрения, способствующая проведению оценки уровня сервисного обслуживания на предприятиях.

- Разработанный пошаговый план внедрения стратегии сервитизации на предприятиях обеспечит стратегическую маркетинговую ориентацию на продвижение инновационных продуктов.

## **5. Оценка внутреннего единства полученных результатов**

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

Все представленные автором методические разработки можно охарактеризовать как варианты решения задачи совершенствования процесса формирования маркетинговой стратегии в условиях ужесточения конкуренции на промышленном рынке. Диссертационное исследование представляет собой логически завершенный самостоятельный научный труд, имеющий несомненную научно-практическую и теоретическую значимость.

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

Результаты диссертационного исследования направлены на решение актуальной проблемы разработки и внедрения сервитизации как маркетинговой стратегии, что соответствует Государственной программе индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2020-2025 годы, которая была разработана в соответствии с долгосрочными приоритетами Стратегии «Казахстан-2050», в реализацию ключевого направления «Ускорение диверсификации экономики» Стратегического плана развития Республики Казахстан до 2020 года, Концепцией по вхождению Казахстана в число 30-ти развитых государств мира.

Научные результаты можно охарактеризовать как вклад автора в решение вопросов эффективного управления маркетинговой деятельностью промышленного рынка. Кроме того, полученные диссертантом результаты исследования могут быть применены 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).**

Основные положения, выводы и научные результаты диссертационного исследования опубликованы в 10 научных трудах. В том числе 3 статьи в изданиях, рекомендованные Комитетом по контролю в сфере 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 конференций.

### 8. Недостатки по содержанию и оформлению диссертации.

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

а. недостаточно широко освещен опыт применения стратегии сервитизации на казахстанском рынке;

б) необходимо более детально привести результаты расчетов по формированию эффективной маркетинговой стратегии.

Однако, указанные недостатки носят рекомендательный характер и не влияют на общую положительную оценку. Замечания являются пожеланиями соискателю на перспективу.

### 9. Соответствие диссертации требованиям Правил присуждения ученых степеней.

Диссертация, выполненная Малдыновой Айжаной Владимировной является научной работой, отражающей решение проблем и задач, представляющих важное значение для науки и практики в сфере маркетинга. Является законченным исследованием, отвечающее квалификационным требованиям, предъявляемым Комитетом по обеспечению качества образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан, которой может быть присвоена степень доктора философии (PhD) по специальности в 6D051100 - «Маркетинг».

**Официальный рецензент**

д.э.н., профессор,

Член корреспондент НИА РК,

Почётный работник образования РК,

кафедра «Менеджмент и Предпринимательство

университета «АУЭС» им.Гумарбека Даукеева

Сатова Р.К.



|   |          |         |
|---|----------|---------|
| Қолтаңбаны растаймын<br>Подпись заверяю |          |         |
| Кызметі                                 | аты-жөні |         |
| « 26 »                                  | 05       | 2020 ж. |