

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.

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.

Для актуализации докторской диссертации автор внес новые данные в раздел анализа конъюнктуры и уровня инновационной активности промышленного рынка в Республике Казахстан. Кроме того, работа приобрела более актуальный характер в связи с добавлением в анализ промышленного рынка данных в период пандемии Covid-19, также расширен объект исследования фокус группы путем добавления в качестве экспертов представителей энергетического рынка.

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, будет 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 глубоких научных изысканий, имеет широкую 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. М.В.Ломоносова**



Герасименко В.В.

