ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы
Балдынюк Анны Игоревны
на тему: «Маркетинговая стратегия инновационной активности предприятий на продовольственном рынке», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Диссертационная работа А.И. Балдынюк посвящена проблеме, имеющей выраженное методическое значение для современного маркетинга, – формированию инструментария диагностики и стратегического управления инновационной активностью предприятий продовольственного рынка. Актуальность исследования определяется тем, что инновационный результат на рынке формируется под одновременным воздействием технологических, инвестиционных, маркетинговых и поведенческих факторов, которые требуют согласованной количественно-качественной оценки.

Из содержания автореферата следует, что автор стремится преодолеть фрагментарность традиционной оценки инновационной деятельности и предлагает многоуровневую диагностическую конструкцию. Она включает оценку внешнего маркетингового окружения, расчет маркетингово-ориентированной инновационной активности, определение маркетинговой проактивности и инновационной восприимчивости, а затем интеграцию полученных результатов в процедуру стратегического позиционирования.

Научно-методический подход к оценке инновационного климата (с. 14–15) представляет интерес как попытка свести воздействие факторов макро-, мезо- и микроуровня к итоговой характеристике благоприятности внешней среды. Такой подход создает основу для сопоставления условий функционирования предприятий и последующего учета внешнего контекста в стратегическом выборе.

Особое значение имеет разработанная система оценки маркетингово-ориентированной инновационной активности (с. 16–17), включающая рыночную результативность, коммерциализацию, маркетинговую эффективность, клиентоориентированность, инвестиционную отдачу и рыночную адаптивность. Ее достоинством является включение в единый аналитический контур как экономических результатов инновационной деятельности, так и характеристик рыночного поведения предприятия.

Предложенные показатели маркетинговой проактивности и инновационной восприимчивости расширяют диагностические возможности исследования, поскольку позволяют оценивать не только достигнутый результат, но и способность предприятия своевременно использовать современные маркетинговые инструменты, реагировать на изменения спроса, осваивать новые идеи и поддерживать инновационные изменения ресурсами и компетенциями.

Разработанная четырехмерная матрица (с. 18–20) обеспечивает перевод результатов диагностики в плоскость выбора маркетинговой стратегии. Практическая апробация на производственных и торговых предприятиях показывает возможность применения инструментария для дифференциации стратегических решений в зависимости от сочетания внешних и внутренних характеристик.

В целом исследование характеризуется достаточной методической насыщенностью и ориентировано на получение прикладного результата. Вместе с тем ряд положений, на наш взгляд, требует дополнительной аргументации:

1. В интегральной системе оценки маркетингово-ориентированной инновационной активности (с. 16–17) объединены показатели, отражающие различные по экономическому содержанию характеристики: достигнутые результаты инноваций, эффективность их коммерциализации и инвестиционной отдачи, а также способности предприятия к клиентоориентированности и рыночной адаптации. В этой связи требует дополнительного обоснования методическая сопоставимость результативных и потенциально-факторных характеристик в составе единого интегрального показателя, а также допустимость их взаимной компенсации при агрегировании.

2. При последующем стратегическом позиционировании одновременно используются показатели маркетингово-ориентированной инновационной активности, маркетинговой проактивности и инновационной восприимчивости (с. 18–20). При этом отдельные характеристики, связанные с адаптивностью, информационной инфраструктурой, использованием маркетинговых инструментов и ресурсной готовностью, содержательно соприкасаются в разных блоках оценки. Представляется необходимым более подробно аргументировать разграничение указанных аналитических конструкций и показать, каким образом исключается повторный учет сходных характеристик при формировании итоговой стратегической позиции предприятия.

Высказанные замечания носят дискуссионный характер, направлены на уточнение отдельных положений авторского инструментария и не снижают общей положительной оценки выполненного исследования, его научной новизны и практической значимости. Автореферат отражает основное содержание диссертации, логику проведенного исследования и полученные результаты.

Диссертационная работа Балдынюк Анны Игоревны «Маркетинговая стратегия инновационной активности предприятий на продовольственном рынке» является завершенным самостоятельным научным исследованием, содержащим новые научные результаты и практические рекомендации, соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Кочура Илона Владимировна, даю согласие на сбор, обработку, хранение и размещение в сети «Интернет» моих персональных данных (в соответствии с требованиями Приказа Минобрнауки России № 662 от 01.07.2015 г.), необходимых для работы диссертационного совета 24.2.490.01.

Доктор экономических наук,
специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами), профессор кафедры управления бизнесом и персоналом, ФГБОУ ВО «Донецкий национальный технический университет» И.В. Кочура

«9» 10. 2026 г.

Контактные данные:
Российская Федерация, Донецкая Народная Республика,
283001, г. Донецк, ул. Артёма, 58
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный технический университет»
Тел. +7(856)301-07-09
e-mail: donntu.info@mail.ru
сайт организации: https://donntu.ru

Подпись удостоверяю
Ученый секретарь ДонНТУ
О. Волкова