

## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента на диссертацию Климова Константина Геннадиевича на тему «Маркетинг инноваций в производстве», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)**

**Актуальность избранной темы.** Выбранная для исследования Климовым К.Г. тема диссертации безусловна актуальна. Главным фактором успешной производственной деятельности современных производственных предприятий является выпуск инновационной продукции, востребованной потребителем и конкурентоспособной на рынке. Маркетинг в производственной сфере имеет ряд особенностей, которые должны быть учтены производственным предприятием, тем более при введении инноваций в производстве от этапа зарождения инновационной идеи, разработки, изготовления, внедрения, сбыта и продвижения инновационной продукции, инновационных технологий в сфере производства. В этой связи исследование вопросов, связанных с изучением теоретических аспектов формирования и развития маркетинга инноваций в производстве, маркетинговых технологий в организации торговли бытовой техникой, разработкой концептуальных подходов и инструментария сетевых взаимодействий на рынке бытовой техники, как способа повышения качества производства бытовой техники становятся весьма актуальными. При этом крайне важным представляется обоснование основных направлений реализации комплексного подхода к формированию научно-методических положений в части разработки концепции развития маркетинга инноваций на рынке бытовой техники, что предопределяет актуальность и необходимость исследования данной проблематики.

**Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций.** Анализ содержания диссертации и автореферата позволяет сделать вывод о том, что научные положения, выводы и рекомендации Климов К.Г. получил на основе теоретической проработки определенных в исследовании задач, изучения зарубежного и отечественного опыта, научных работ по теме исследования, анализа мнений экспертов и фактов. Теоретико-методическую основу диссертации составили научные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные развитию маркетинга инноваций в производстве и формированию его концепции на рынке бытовой техники.

Научная доказанность основных положений и выводов диссертации К.Г. Климова подкреплена использованием различных научных методов, а именно: анализа и систематизации данных; индукции и дедукции; маркетинговых исследований и экспертных оценок; логического обобщения; экономико-статистических; SWOT-анализа. Обработка данных осуществлена с использованием современных компьютерных технологий, пакетов прикладных программ Microsoft Office® и STATISTICA®.

Формулировка объекта и предмета исследования соответствуют заявленной теме диссертации и ее содержанию. Основная цель в представленной на оппонировании работе, состояла в обосновании теоретико-методических положений и разработке научно-практических рекомендаций по формированию концепции развития маркетинга инноваций в производстве на рынке бытовой техники. Соискатель последовательно и системно реализует обозначенную цель и при решении поставленных в диссертации задач получил ряд новых научных и практических результатов, отраженных в тексте работы и автореферата.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг): 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; 9.3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям; 9.6. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации. Современные информационные технологии в маркетинге; 9.15. Проблемы коммерциализации инноваций, маркетинг инноваций, формы и методы их рыночного позиционирования и использования.

Диссертация имеет логически выстроенную структуру, позволившую полноценно и всесторонне раскрыть тему исследования. Рассмотренные в работе научные положения всесторонне обоснованы, выводы являются логическим завершением проведенных автором исследований, рекомендации основаны на комплексном анализе научной литературы, а также на обработке большого массива эмпирического материала. Материал изложен в соответствии с планом работы. Так, первый раздел посвящен теоретическим аспектам формирования и развития маркетинга инноваций в производстве. Во втором разделе представлены результаты анализа форм обеспечения инновационного процесса и инновационной деятельности в производстве в разрезе маркетингового подхода. Третий раздел концентрирует авторское мнение в части развития инновационных технологий в производстве как

способа повышения качества производства бытовой техники. Выводы диссертации позволяют констатировать, что задачи, которые ставились автором – решены, а работа имеет научное и практическое значение.

Теоретическая значимость полученных диссертантом результатов определяется исходя из цели и задач исследования; характеризуется углублением научно-методических аспектов и подходов к решению вопросов развития маркетинга инноваций в производстве и формирования концепции развития маркетинга инноваций на рынке бытовой техники.

Наибольшую практическую значимость имеют предложения К.Г. Климова, связанные с управлением инновациями в производстве на рынке бытовой техники, включающие: характеристику и прогноз развития рынка бытовой техники, изучение рыночной позиции производственного предприятия, поведения и тактики потребителей, а также ряд практических рекомендаций в части внедрения современных информационных и цифровых технологий в маркетинге на рынке бытовой техники, что подтверждено справками о внедрении от ООО «ДОНФРОСТ»; ФЛП Трунов А.В. Кроме того, основные положения диссертации К.Г. Климова используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования».

Содержание автореферата идентично основным положениям диссертации. В опубликованных трудах в достаточной степени изложены основные положения диссертации, которые выносятся на защиту. Работа оформлена в соответствии с установленными требованиями и стандартами. Терминология, стиль и язык изложения соответствуют принятым нормам современной научной литературы.

**Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.** Выводы и предложения соискателя, полученные на основе проведенного исследования характеризуются достаточной достоверностью, обоснованностью и полностью раскрывают тему работы. Для решения, поставленных в диссертации задач был применен разнообразный исследовательский инструментарий. Так проанализирован широкий круг специализированных литературных источников, использован новейший правовой базис, статистические материалы с официальных интернет – порталов государственных органов, организаций, учреждений.

Репрезентативность и надежность методов анализа, обобщения и интерпретации результатов исследования обеспечили обоснованность и достоверность полученных выводов и рекомендаций.

Автором уточнено содержание понятийного аппарата, а именно: «маркетинг», «маркетинг инноваций», «инновационное прогнозирование», «инновационное планирование», «стратегический маркетинг».

Важным достижением диссертанта является разработка концептуальных положений формирования маркетинга инноваций в производстве (подраздел 1.1), предусматривающие создание инноваций в производстве и включающие такие блоки как: появление инновационной идеи, аналитический, производственный, сбытовой, оценочный, в основу которых автором положены приемы и принципы маркетинга инноваций в производстве с учетом специфических классификаций его видов в производственной сфере, что позволило разработать стратегию маркетинга, с использованием которой возможно формирование концепции инновационного развития производственного предприятия.

Автором уточнено содержание понятийного аппарата, а именно: «маркетинг», «маркетинг инноваций», «инновационное прогнозирование», «инновационное планирование», стратегический маркетинг».

В работе предложен научно-методический подход к формированию стратегического маркетинга инноваций в производстве (подраздел 1.2), нацеленный на повышение уровня эффективности производства и устойчивого развития предприятия за счет реализации комплекса мероприятий по изучению современного производства и рынка бытовой техники, осуществления оценки потенциальных возможностей производственного предприятия по внедрению инноваций с использованием специфических приемов работы на рынке товаров, капитала, труда и технологий.

Положительно следует отметить сформированные автором научно-методические основы обеспечения инновационного процесса в производстве с использованием маркетингового подхода. В основе авторского подхода лежит совершенствование инновационного планирования и прогнозирования в производстве бытовой техники на базе специфической классификации, связанной с производственным процессом и внедрением инноваций в производство с учетом реализации функций, принципов и методов инновационного планирования и прогнозирования в производстве бытовой техники, обоснованных автором (подраздел 1.3).

Заслуживают внимания, обоснованные в диссертации научно-методические подходы к внедрению хайтек-маркетинга на основе его базовых характеристик и особенностей осуществления в производстве (подраздел 3.1), которые отличаются совокупностью взаимосвязанных действий по производству инновационного товара на рынке бытовой техники.

В диссертации получила дальнейшее развитие классификация современных информационных и цифровых технологий в маркетинге на рынке бытовой техники, позволяющая при разработке концепции маркетинга инноваций в производстве, выделять технологии, обеспечивающие эффективное и рациональное их использование на рынке бытовой техники (подраздел 3.2).

Отличается научной новизной предложенная концепция маркетинга инноваций в производстве в условиях развития инновационной инфраструктуры (подраздел 3.3), которая предполагает создание усовершенствованной и принципиально новой производственной продукции – инновации в производстве и включает в составе основных элементов программы управления инновациями в производстве внедрение современных информационных технологий, хайтек-маркетинга в системе маркетинга инноваций в производстве и современных цифровых технологий.

Диссертация содержит ряд и других теоретических выводов, и предложений прикладного характера, отличающихся научной новизной.

Перечисленные научные результаты, полученные автором, являются личным его вкладом в решение важной научно-практической задачи в части развития маркетинга инноваций в производстве.

В целом следует отметить, что диссертационная работа Климова Константина Геннадиевича на тему «Маркетинг инноваций в производстве» является завершённым научным исследованием, которое содержит теоретические и практические разработки и конкретные предложения, вносящие вклад в приращение научного знания.

#### **Дискуссионные положения и замечания к диссертации.**

Подчеркивая важность проведения диссертационного исследования, отмечая его положительные стороны и оригинальный подход к решению поставленных в работе проблем, считаем необходимым остановиться на отдельных дискуссионных моментах и недостатках:

1. В разделе 1 диссертантом проведена систематизация нормативно-правовых актов России и ДНР, однако следовало бы провести сравнительный их анализ и обобщить отличия, которые могут оказывать негативное влияние при их практической реализации в целях устранения таких негативных эффектов.

2. В первом разделе при описании этапов разработки и внедрения инноваций в сфере производства (таблица 1.3) необходимо дополнить блок по маркетинговым исследованиям, маркетинговому инструментарию и формированию маркетинговых планов производства, выпуска и реализации инновационной продукции.

3. Автором предложен во втором разделе диссертационной работы перечень и содержание мероприятий по оптимизации финансовых ресурсов предприятия ООО «ДОНФРОСТ» за период 2017-2018 гг. (таблица 2.17). Однако, следует уточнить за счет каких ресурсов, резервов, потенциала предприятия формируются данные оптимизационные предложения.

4. В третьем разделе, п. 3.3 диссертационной работы автором на рисунке «Концепция маркетинга инноваций в производстве» включены элементы алгоритмизации процесса («Да» / «Нет»), что представляется дискуссионным.

Вместе с тем, высказанные замечания не снижают научной значимости диссертационной работы и позитивного ее восприятия в целом.

**Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней.** Диссертация Климова Константина Геннадьевича на тему «Маркетинг инноваций в производстве» представляет собой завершённое научное исследование, выполненное на актуальную тему. Оформление диссертации соответствует предъявляемым требованиям. Содержание диссертации изложено логично, грамотно в научном стиле. Соискателем получены научные обоснованные результаты, которые в совокупности способствуют решению научно-практической задачи по развитию маркетинга инноваций в производстве.

Автореферат полностью отражает основное содержание работы и соответствует структуре диссертации. Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы отражены в 13 научных работах общим объемом 7,69 печ.л., из которых лично автору принадлежит 7,19 печ.л. (с указанием личного вклада). География публикаций широкая – Донецк, Москва, Йошкар-Ола, Сочи. Объем печатных трудов и их количество соответствуют требованиям, предъявляемым к публикациям основного содержания диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертация характеризуется внутренним единством, содержит новые, ранее не исследованные проблемы, является самостоятельным научным трудом и свидетельствует о личном вкладе автора в экономическую науку.

Тема диссертации соответствует профилю диссертационного совета Д 01.004.01 ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг). Диссертация содержит вынесенные на публичную защиту теоретические обобщения, аналитические разработки, выводы и предложения, которые соответствуют общественным потребностям

и служат развитию экономической науки. Основные положения диссертации, которые заявлены соискателем, содержат элементы научной новизны.

Учитывая актуальность темы, новизну, а также практическую ценность сформулированных положений и выводов, можно сделать вывод, что диссертация Климова Константина Геннадьевича на тему «Маркетинг инноваций в производстве», соответствует требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней (утв. Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 27.02.2015 г. № 2-13), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

*Я, Саенко Владислав Григорьевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Официальный оппонент:

доктор экономических наук,  
доцент, профессор кафедры  
экономики-правовых дисциплин  
Государственного образовательного учреждения  
высшего профессионального образования  
«Донбасская юридическая академия»



В.Г. Саенко

Контактные данные:

г. Донецк, ул. Лебединского, 9  
тел.: +38(062)343-70-11  
e-mail: donbassla@mail.ru  
сайт организации - <https://donbassla.ru/about>

*Подпись В.Г. Саенко*

*Завещаю;*  
*директор ЮВА*  
*Бридукев*

