

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по научной работе
ГОУ ВПО ДНР «ДонГТУ»

к.т.н., профессор

С.В. Куберский

«05» ноября 2019 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации по диссертации Климова Константина Геннадиевича тему: «Маркетинг инноваций в производстве», представленной 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 для науки и практики. В современных условиях функционирования предприятий главным вектором их развития является создание условий для развития конкуренции и обеспечения лидирующих позиций на рынке товаров народного потребления. Необходимость более полного учета потребностей рынка и максимального использования возможностей внешней среды обуславливает значение постоянной работы над новыми продуктами и технологиями, что связано с возрастанием роли инноваций в маркетинговой деятельности производственных предприятий как ключевого фактора технологической модернизации производства и основным конкурентным преимуществом в борьбе за покупателя.

Мировой опыт развития экономики убедительно доказывает, что маркетинг инноваций позволит предприятиям оперативно находить недостаточно удовлетворенные потребительские запросы или формировать их, разрабатывать, производить и продвигать на рынке новую (модернизированную) продукцию, которая удовлетворит эти запросы полнее и эффективнее, чем конкурентные товары.

Развитие инноваций, играет важную роль, как для экономики любой страны, так и для общества в целом. Инновационная деятельность предприятия направлена на практическое использование научного, научно-технического результата и интеллектуального потенциала с целью получения новой, радикально улучшенной продукции, технологии ее производства, организации труда, системы управления с целью повышения конкурентоспособности и укрепления рыночных позиций предприятия. Многочисленные исследования подтверждают факт более эффективной

работы предприятий, основанных на маркетинговых инновациях. Производители, ориентируясь на потребности клиентов, стараются предложить рынку более качественные и усовершенствованные товары, которые будут обладать ценностными характеристиками и пользоваться спросом у потенциальных клиентов.

Несмотря на значимость вопросов развития маркетинга инноваций в производственной деятельности, отсутствует единый научно-теоретический подход организации маркетинговых и инновационных процессов на производственном предприятии, что требует разработки и внедрения концепции маркетинга инноваций в производстве на рынке бытовой техники.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с научными исследованиями, проводимыми ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках госбюджетных тем: «Повышение надежности, безопасности и энергетической эффективности бытового и торгового холодильного оборудования», в которой разработаны предложения по внедрению модернизированного холодильного оборудования с целью оптимизации расходования средств производственного предприятия на рынке бытовой техники; «Потребительский рынок Донбасса: мониторинг, стратегии, перспективы» в процессе выполнения которой проведен анализ современного состояния рынка бытовой техники.

Все вышеперечисленное обуславливает актуальность темы диссертационной работы Климова Константина Геннадиевича, посвященной обоснованию теоретико-методических положений и разработке научно-практических рекомендаций по формированию концепции развития маркетинга инноваций в производстве на рынке бытовой техники.

Основное внимание в диссертационной работе уделено изучению особенностей обеспечения инновационного процесса в производстве на основе маркетингового подхода, исследованию рисков, возникающих на подготовительной и эксплуатационной стадиях инновационного проекта; внедрению современных информационных и цифровых технологий в маркетинге инноваций в производстве на рынке бытовой техники, а также внедрению и поиску инновационных решений, связанных с повышением качества производства бытовой техники.

Выводы и рекомендации, полученные в диссертационной работе, являются необходимыми для повышения эффективности маркетинга инноваций на рынке бытовой техники.

Основные научные результаты и их значимость для науки и производства. Содержание диссертации соответствует в полной мере теме и раскрывает ее на должном теоретико-методическом уровне, отвечающем уровню кандидатских диссертаций. Структура и содержание работы определяется поставленной целью и соответствует последовательности решения задач исследования. Цель, заявленную в диссертации, считаем реализованной в достаточной степени. Выводы по разделам и заключение обобщают научные результаты. Пункты научной новизны обоснованы.

К наиболее значимым новым научным результатам, полученным соискателем, относятся:

Усовершенствованы концептуальные положения формирования маркетинга инноваций в производстве, которые охватывают следующие блоки: появление инновационной идеи с учетом проведенных маркетинговых исследований; аналитический блок, предполагающий проведение SWOT-анализа, а также анализа потребителей, вкладчиков и анализ проекта; производственный блок по планированию масштабного и серийного производства инноваций и их серийное производство; сбытовой блок по реализации инноваций, а также оценочный блок по анализу эффективности инноваций (стр. 51-54).

Предложен научно-методический подход к формированию стратегического маркетинга инноваций в производстве, который предполагает, что комплекс мероприятий по изучению современного производства и рынка бытовой техники, оценке потенциальных возможностей производственного предприятия по внедрению инноваций должен осуществляться с использованием специфических приемов работы на рынке товаров, капитала, труда и технологий с целью повышения уровня эффективности производства и устойчивого развития предприятия (стр. 34-42).

Разработаны научно-методические основы обеспечения инновационного процесса в производстве с использованием маркетингового подхода, совершенствования инновационного планирования и прогнозирования в производстве бытовой техники, которые отличаются специфической классификацией, связанной с производственным процессом и внедрением инноваций в производство, базируются на определенных функциях, принципах и методах инновационного планирования и прогнозирования в производстве бытовой техники (стр. 47-55).

Обоснованы научно-методические подходы к внедрению хайтек-маркетинга на основе его базовых характеристик и особенностей

осуществления в производстве, который представляет собой маркетинг высоких технологий, выделен в особый вид маркетинга и включает управление знаниями для решения маркетинговых задач на всех этапах жизненного цикла новых технологий (стр. 132-140).

Усовершенствована концепция маркетинга инноваций в производстве в условиях развития инновационной инфраструктуры, предполагающая создание усовершенствованной и принципиально новой производственной продукции – инновации в производстве, которая основана на внедрении современных информационных технологий, хайтек-маркетинга в системе маркетинга инноваций в производстве и современных цифровых технологий (155-165).

Получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат, а именно «маркетинг» выделен в качестве самостоятельной подсистемы маркетингового обеспечения, что предполагает внедрении инноваций в сфере маркетинга, и другие понятия, такие как «маркетинг инноваций» (стр. 18), «инновационное прогнозирование» и «инновационное планирование» (стр. 43), «стратегический маркетинг» (стр.37).

Представлена классификация современных информационных и цифровых технологий в маркетинге на рынке бытовой техники, которая позволит при разработке концепции маркетинга инноваций в производстве, выделить технологии, которые будет эффективно и рационально использовать на рынке бытовой техники (стр.141-154).

Теоретическая значимость полученных результатов определяется развитием научно-методических аспектов и расширением научных подходов к решению вопросов развития маркетинга инноваций в производстве и формирования концепции развития маркетинга инноваций на рынке бытовой техники.

Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что предложенные в работе рекомендации быть использованы для своевременных решений значимых проблем формирования концепции маркетинга инноваций в производстве и их практического внедрения.

Достоверность результатов диссертации. Основные научные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертации, являются обоснованными и достоверными, что подтверждается широким использованием методов исследования, анализом обширного массива научного материала, использованием официальной статистики и международного опыта, обсуждением результатов исследования на четырех практических конференциях.

Основные научные положения, выводы и рекомендации подтверждены публикациями результатов исследования в рецензируемых научных изданиях. Так, по результатам исследования соискателем опубликовано 13 научных работ, среди которых 2 коллективные монографии, 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 4 работы апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 7,69 печ.л., из них 7,19 печ.л. принадлежат лично автору.

Диссертация Климова К.Г. является самостоятельной, завершенной научной работой, выполненной на актуальную тему, характеризующейся элементами научной новизны, теоретической и практической значимостью, вносящей определенный вклад в исследование и решение важной научной задачи по развитию маркетинга инноваций в производстве бытовой техники.

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации. Данное исследование имеет важное значение для решения ряда социально-экономических задач, связанных повышением маркетинговой инновационной активности производственных предприятий, совершенствованием качества производимой продукции более полным удовлетворением спроса населения в бытовых товарах. Считаю целесообразным использовать результаты диссертационной работы Климова Константина Геннадиевича как в деятельности профильных Министерств и ведомств, так и в деятельности предприятий различных сфер деятельности при разработке и продвижении инновационных товаров на рынок. Также разработанные в диссертации теоретические положения целесообразно использовать в учебных курсах и материалах при подготовке специалистов в области маркетинга.

Интересными для практического использования производственным предприятиями являются: представленные методы инновационного прогнозирования в производстве, имеющие специфическую классификацию, связанную с производственным процессом и внедрением инноваций в производство; рекомендации по использованию хайтек-маркетинга в производстве бытовой техники; рекомендации по внедрению современных информационных и цифровых технологий в маркетинге инноваций в производстве на рынке бытовой техники.

Общие замечания. Отмечая достоинства диссертационной работы, ее практическую значимость и научную новизну, следует указать на некоторые спорные положения и высказать замечания.

1. Автору целесообразно в работе конкретизировать рекомендации по использованию приемов маркетинга инноваций, таких как партизанский маркетинг, вирусный, нейромаркетинг, фьюжн-маркетинг (стр. 24).

2. В представленных концептуальных положениях формирования маркетинга инноваций в производстве автору следует обратить внимание на отсутствие конкурентного анализа в блоке аналитики маркетинга инноваций (стр. 52).

3. В работе следовало больше внимания уделить изучению международных стандартов качества и безопасности производственной продукции, а также показать их влияние на процесс маркетинга инноваций в производстве (подраздел 2.1).

4. Недостаточно внимания, на наш взгляд, в работе уделено вопросам разработки и реализации стратегий продвижения инновационной продукции на рынок (подраздел 3.1).

Однако указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости выполненной работы.

Заключение. Диссертационная работа Климова К.Г. на тему «Маркетинг инноваций в производстве» представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Текст автореферата диссертации полностью соответствует содержанию диссертации. Язык диссертации лаконичен, корректен, понятен и соответствует современным научным нормам.

Содержание диссертации и автореферата соответствует Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг) по следующим пунктам: 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.

Таким образом, отмечая научную новизну полученных результатов в диссертации, обращая внимание на теоретическую и практическую

значимость исследования, считаем, что диссертация на тему: «Маркетинг инноваций в производстве» отвечает требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор Климов Константин Геннадиевич 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).

Отзыв обсуждён и одобрен на заседании кафедры менеджмента Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Луганской Народной Республики «Донбасский государственный технический университет» «29» октября 2019 г., протокол № 3.

Я, Припотень Владимир Юрьевич, согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Доктор экономических наук, профессор,
и.о. зав. кафедрой менеджмента
Государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический университет»

В.Ю. Припотень

Подпись Припотня В.Ю. удостоверяю
Зам. начальника ОкиД

01.11.2019



М.С. Бутковская

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический университет»
94204, г. Алчевск, пр. Ленина, д. 16
Тел.: (06442) 2-60-43
e-mail: info@dstu.education
сайт: <http://www.dstu.education.ru>