

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Климова Константина Геннадьевича на 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)**

Научный поиск, связанный с определением теоретико-методических основ маркетинговой деятельности в производстве только усиливается в результате активного внедрения инноваций в производственный процесс на рынке бытовой техники. Требуют более детального научного исследования вопросы, связанные с изучением теоретических аспектов формирования и развития маркетинга инноваций в производстве, маркетинговых технологий в организации торговли бытовой техникой, концептуальный подход и инструментарий сетевых взаимодействий на рынке бытовой техники, как способ повышения качества производства бытовой техники.

Вышеуказанное свидетельствует о необходимости постоянного совершенствования имеющихся теоретических и концептуальных положений формирования концепции развития маркетинга инноваций в производстве.

Недостаточная изученность формирования концепции развития маркетинга инноваций в производстве и инструментарного обеспечения механизма ее функционирования обусловила выбор темы диссертационной работы, ее цель и задачи.

Таким образом, можно констатировать, что диссертационная работа Климова Константина Геннадьевича, в которой решается конкретная научная задача теоретического обоснования и разработки научно-методические основ, закономерностей, принципов, инструментария формирования и маркетинга инноваций в производстве, является своевременной и актуальной.

Анализ содержания автореферата свидетельствует, что соискатель, основываясь на существенной теоретической и практической базе, сформулировал цель, задачи исследования, которые были в полной мере решены в диссертации.

Среди наиболее существенных результатов диссертационной работы, определяющими научную новизну исследования, следует отметить как результат научного исследования то, что усовершенствованы: концептуальные положения формирования маркетинга инноваций в производстве, которые предусматривают создание инноваций в производстве и, в отличие от существующих, включают следующие блоки: появление инновационной идеи, аналитический, производственный, сбытовой, оценочный; научно-методический подход к формированию стратегического маркетинга инноваций

в производстве, который отличается тем, 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; научно-методические основы обеспечения инновационного процесса в производстве с использованием маркетингового подхода, совершенствования инновационного планирования и прогнозирования в производстве бытовой техники; научно-методические подходы к внедрению хайтек-маркетинга на основе его базовых характеристик и особенностей осуществления в производстве; концепция маркетинга инноваций в производстве в условиях развития инновационной инфраструктуры, предполагающая создание усовершенствованной и принципиально новой производственной продукции – инновации в производстве (стр.3-4).

Научные положения, выводы и рекомендации, приведенные в диссертационной работе, получены соискателем самостоятельно на основе изучения научных работ отечественных и зарубежных ученых в области маркетинга. Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, а также достигнутым уровнем разработанности исследуемых проблем, научной новизной, 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 (стр.4).

Следует отметить, что научная новизна, теоретическое и практическое значение проведенного исследования имеют достаточную степень обоснованности и достоверности. Целостность методической основы научного исследования обеспечена использованием общенаучных методов исследования: анализа и систематизации данных (при определении сущности понятия и выявлении особенностей маркетинга инноваций в производстве); индукции и дедукции (при выявлении причин и факторов изменения показателей современного состояния рынка бытовой техники, условий создания и внедрения инноваций в производство); маркетинговые исследования и экспертные оценки (при обосновании инновационного проекта производственного предприятия для оценки рисков, таких как финансово-экономические, социальные, технические, оказывающих влияние на ожидаемую прибыль от реализации проекта, которые возникают на подготовительной и эксплуатационной стадиях инновационного проекта); логического обобщения (при формулировании выводов); экономико-статистические (при анализе показателей инновационной деятельности предприятий, изучении тенденций и построении прогноза инновационной активности предприятий); SWOT-анализа (при характеристике сильных и слабых сторон, угроз и потенциальных возможностей развития маркетинга инноваций в производстве) (стр.5).

Основные научные положения диссертационной работы доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических подходов; главные

выводы и предложения, полученные в результате исследования, могут быть использованы промышленными предприятиями по производству бытовой техники, в том числе холодильного оборудования, что подтверждено актами и справками внедрения (стр.5).

В целом положительно оценивая выполненное исследование, в качестве замечания следует отметить следующие:

1. На рисунке 2 «Основные стадии инновационного процесса разработки новой продукции» на стр. 9 требует более детального описания целесообразных параметров внедрения инновации и уточнения их значений.

2. В автореферате сказано, что обоснованы научно-методические положения по внедрению современных информационных и цифровых технологий в маркетинге инноваций в производстве на рынке бытовой техники и особое внимание уделено внедрению и поиску инновационных решений, связанных с повышением качества производства бытовой техники (стр.16). Требует уточнения информация о том, какие именно государственные органы и на основе какой нормативной базы будут регулировать внедрение инноваций в производство на рынке бытовой техники.

Указанные замечания не уменьшают научно-практическое значение диссертационной работы, которая содержит актуальные, последовательные и логические теоретические исследования с практической направленностью.

В целом, диссертационная работа на тему: «Маркетинг инноваций в производстве», судя по представленному автореферату, имеет характер самостоятельного исследования и соответствует уровню требований к кандидатским диссертациям, а ее автор, Климов Константин Геннадьевич, 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).

Согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Профессор кафедры финансов, кредита и
мировой экономики Федерального государственного
бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Сочинский государственный университет»,
Доктор экономических наук по специальности
08.00.10 – финансы, денежное обращение и кредит,
профессор

Гварлиани Татьяна Евгеньевна

354000 г. Сочи, ул. Пластунская, 94,
телефон: 8 (862) 298-85-87, 8-938-86-90-500,
E-mail: antana@sutr.ru, antana-tata@mail.ru



Гварлиани Т.Е.
Начальник УК
Ляпина Н.Г.