

## ОТЗЫВ

доктора экономических наук, профессора Ткаченко Ирины Николаевны 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)

Важнейшим фактором осуществления успешной производственной деятельности предприятий в условиях возрастающей конкуренции, является формирование инновационной продукции начиная от зарождения инновационной идеи и до ее разработки, изготовления, внедрения, сбыта и продвижения инновационных товаров. При этом верно сформированная концепция маркетинга инноваций в производстве возможна лишь при правильной организации хозяйственно-финансовой деятельности субъекта хозяйствования, в основе которой должна находиться научно обоснованная концепция маркетинга инноваций в производстве. Для этого нужны теоретико-методические основы маркетинговой деятельности в производстве, имеющие свои отличия, а потребность в таком виде маркетинга усиливается в результате активного внедрения инноваций в производственный процесс, в том числе на рынке бытовой техники.

Недостаточная изученность проблем, связанных с маркетинг инноваций в производстве 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 обоснования теоретико-методических положений и разработки научно-практических рекомендаций по формированию концепции развития маркетинга инноваций в производстве на рынке бытовой техники, 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 следует отметить как результат научного исследования то, что получили дальнейшее развитие научно-методические подходы к внедрению хайтек-маркетинга на основе его базовых характеристик и особенностей осуществления в производстве, которые отличаются совокупностью взаимосвязанных действий по производству инновационного товара на рынке бытовой техники (с. 3-4).

Следует отметить, что научная новизна, теоретическое и практическое значение проведенного исследования имеют достаточную степень обоснованности и достоверности. Целостность методологической и методической основы обеспечена использованием общенаучных и специальных 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) (с.5).

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 (с. 4).

Основные научные положения диссертационной работы доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических подходов; главные выводы и предложения, полученные в результате исследования используются в практической деятельности ООО «ДОНФРОСТ» (справка №155/1 от 06.06.2019 г.); ФЛП Трунов А.В. (справка №116 от 06.06.2019 г.), а также в учебном процессе ДонНУЭТ (с. 4-5).

Автором достаточно полно освещены основные положения диссертационной работы. Климовым К.Г. опубликованы в 13 научных работах (общими объемом 7,69 печ. л., где лично автору принадлежит 7,19 печ. л.), среди которых 2 коллективные монографии, 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 4 работы аprobационного характера.

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

1. На стр. 8, рис. 1, в определении маркетинга инноваций целесообразно говорить не только о систематическом, но и системном характере проведения исследований
2. На стр. 14 представлена табл. 3 – Перечень инновационной продукции ООО «ДОНФРОСТ» за 2016-2018 гг., а также на стр. 15, табл. 4 – Мероприятия по модернизации продукции ООО «ДОНФРОСТ» за 2016-2018 гг. Однако, данные, представленные в этих таблицах шире, чем их названия.

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).

Заведующий кафедрой корпоративной  
Экономики и управления бизнесом  
Федерального государственного бюджетного  
Образовательного учреждения высшего  
Образования «Уральский государственный  
экономический университет».  
Доктор экономических наук  
По специальности 08.00.05  
– Экономика и управление народным  
хозяйством, профессор

20 ноября 2019 г.

Подпись Ткаченко И.Н. заверяю:

Ткаченко Ирина Николаевна

Ткаченко И.Н



Библиотекарь УрГЭУ

А.В. Курдюмов

ФИО лица, представившего отзыв на автореферат данной диссертации	Ткаченко Ирина Николаевна	
Почтовый адрес	620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта / Народной воли, 62/45	
Телефон	+7 (922) 205-91-93	
Адрес электронной почты	tkachenko@usue.ru	
Наименование организации, работником которой является лицо, представившее отзыв на автореферат данной диссертации	ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»	
Ученое звание	Профессор	
Должность в данной организации	Заведующая кафедрой корпоративной экономики и управления бизнесом	
Специальность, по которой рецензентом защищена диссертация	08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность)	

*Согласна на автоматизированную обработку персональных данных.*