

ОТЗЫВ

научного консультанта к.э.н., асоц. профессора Смыковой М.Р. на диссертационную работу Турехановой А.О. на тему «Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы», представленной на соискание степени доктора философии (PhD) по специальности 8D04103 «Маркетинг»

Развитие малого бизнеса является одним из приоритетных направлений экономики Казахстана, при этом малые предприятия можно отнести к наиболее уязвимым и нестабильным сферам предпринимательской деятельности. Малый бизнес с одной стороны характеризуется как адаптивный и гибкий, с другой стороны ограничен в ресурсах и чувствителен к происходящим внешним изменениям. В этой связи возникает необходимость поиска способов повышения эффективности его деятельности, одним из которых может стать такой инструмент как маркетинговый аудит. С целью открытия потенциала развития малого бизнеса, формирования компетентной стратегии и тактики развития на данных предприятиях целесообразно использование маркетингового аудита. Исследования методов и способов применения маркетингового аудита позволят выявить наиболее уязвимые стороны маркетинговой деятельности и понять, как целесообразно развивать бизнес, какие инструменты сбалансируют ситуацию предприятия и улучшат результативность его деятельности. Следовательно, тема диссертационного исследования является актуальной и современной.

Недостаточная изученность вопросов влияния маркетингового аудита на развитие предприятий малого бизнеса повышает актуальность и значимость выбранной темы диссертации.

Автором в ходе исследования проведен комплексный анализ как теоретических, так и практических вопросов применения маркетингового аудита в деятельности предприятий малого бизнеса.

В ходе исследования были получены отдельные теоретические и практические результаты, направленные на дальнейшее совершенствование теоретической базы и методологических аспектов применения маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса.

Автором использованы разнообразные методы исследования, изучение теоретических источников с помощью контент-анализа позволили определить объекты для проведения полевых исследований. Результаты количественных методов исследований в форме опроса респондентов и качественных методов в виде глубинного интервью определили ключевые направления для проведения маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса.

В диссертационной работе сформулирован ряд теоретических подходов, дана авторская трактовка дефиниции понятия «маркетинговый аудит» и адаптирован теоретический метод оценки рисков при выходе малого предприятия на рынок. Работа содержит интересные научные результаты,

имеющие прикладной характер, так автором аргументированы факторы маркетингового аудита, применение которых повышает эффективность деятельности предприятия.

В диссертационной работе предложен ряд методических рекомендаций по обоснованию и реализации мероприятий, связанных с улучшением институциональных основ для применения маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса, который позволит улучшить устойчивость их деятельности.

Исследование диссертанта исходит из поставленной цели и вытекающих из нее задач, в работе соблюдена логическая последовательность и взаимосвязь между разделами.

В диссертационной работе предложен ряд научно-практических и методических рекомендаций по обоснованию и реализации мероприятий, связанных с улучшением системы маркетингового аудита предприятий, сформулирована модель и алгоритм поэтапного применения инструментов маркетингового аудита.

Основные результаты диссертационного исследования и выводы по исследуемой проблеме отражены автором в 4 публикациях, в том числе в научных изданиях, входящих в базу Scopus – 1, в изданиях, рекомендованных КОКСОН МОН РК (КОКСНИВО МНИВО РК) – 3.

Разработанные Турехановой А.О. научные положения и прикладные рекомендации, отличаются достоверностью, обладают научной и практической значимостью, направлены на решение актуальных вопросов в области повышения эффективности деятельности предприятий малого бизнеса.

На основании вышеизложенного диссертация Турехановой А.О. на тему «Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы» соответствует предъявляемым требованиям и может быть допущена к защите на соискание академической степени PhD по образовательной программе 8D04103-Маркетинг.

Научный консультант,
к.э.н., ассоц. профессор

Смыкова М.Р.

Подпись заверяю
Қол қойғанын растаймын
«09» января 2023 г.

