



## International Supervisor's Report on PhD Thesis

### Title of the Ph.D. Thesis:

Marketing Audit at Small Business Enterprises: Modern Methods and Approaches

### Researcher:

Turekhanova Aliya Omarovna

### International Supervisor:

Prof. (Dr.) Shiv K. Tripathi  
Vice Chancellor, Atmiya University  
Rajkot - India  
Email: shivktripathi@hotmail.com, vc@atmiyauni.ac.in  
Cell: +91 7338299284

### A. Introduction

Small enterprises play significant role in the economic as well as overall development of any country. In the context of Kazakhstan, which has shown constant increase in both GDP as well as the share of small businesses, it becomes important for researchers to identify gaps and propose scientific solutions that will help in improving the performance of small businesses and thus, the economy in general.

The current study attempts to address the knowledge gap area in term of application of marketing audit applications to small enterprises in Kazakhstan. Application of marketing audit in small enterprises is one of the main areas in the study; and it traces the problems of small business development while also exploring how marketing audit can be effectively applied to strengthen the competitive positioning of the small enterprises.

*Shiv K. Tripathi*





Research on the methods and ways of applying marketing audit reveals the most vulnerable aspects of marketing activities; and it also helps in understanding the application or right marketing audit tools that will contribute to the performance improvement of small enterprises through relevant strategic interventions in area of marketing at both strategic as well as the operational level. Therefore, the chosen topic of the research is relevant, scientific and appropriate.

Further, lack of reported studies on the issues relating to marketing audit application on the development of small businesses enhances the relevance and significance of the chosen topic of the research.

## B. Contents of the Thesis

The thesis is systematically organized in in mainly three sections:

- First section focuses on analysis of theoretical aspects on the formation and development of the marketing audit in context of small businesses;
- The second part presents the deeper insights in reference to evaluation of marketing audit efficiency; and
- Third part offers practical approaches in adapting and implementing the marketing audit in small businesses in Kazakhstan.

The high application-oriented nature of the work is reflected in the style of presentation which is quite different (but appropriate) as compared to conventional approaches to presenting a more theoretically inclined research thesis.

The researcher, in the course of the study, presents a comprehensive analysis of both theoretical and practical issues in the field of application of marketing audit in the activities of small businesses.

Thesis reflects that the title of the study is carefully selected on the basis of adequate analysis of the current state of marketing audit application in small businesses in Kazakhstan; and captures the spirit of the work presented in the thesis. The logical flow of the report is good.

*Shri. V. S. Patel*





The review of the literature is satisfactory and the researcher has taken required efforts in reviewing the work, related to the topic, particularly the theoretical underpinnings of marketing audit, its' approaches and application. The researcher has satisfactorily covered the required literature and presented good summary.

The research methodology, including the research framework adopted for the study, appears to justify the purpose of the study, as outlined in problem statement. Objectives/ research question, are balanced and touch the different aspects of this study. The author used a variety of research methods, including a survey of entrepreneurs and in-depth interviews among field studies.

In the course of the research, the researcher has followed scientific approach to research, which is confirmed by the results of the study: justified and aimed at improving the use of the marketing audit system in small businesses.

The presentation and discussion of the findings are satisfactory and aligned to the objectives/ research questions. The study is summarized well. Recommendations and conclusions match with the research objectives/questions.

The thesis presents formulation of several theoretical approaches as well as the development of the practical proposals for solving the problems under study. Overall, the work contains interesting scientific results of an applied nature and put forward for public defense.

### C. Summary and Evaluation

In the dissertation work, a number of scientific, practical and methodological recommendations are proposed for substantiating and implementing measures related to improving the system of marketing audit of enterprises, using institutional opportunities and support from the state.

The researcher has presented the main results and conclusions on the problem under study in 4 scientific publications, including 1 in Scopus database, in publications recommended by the COXON MES RK – 3.

*Shri. W. Rajput*





# ATMIYA UNIVERSITY

(Established under the Gujarat Private University Act 11, 2018)

Yogidham Gurukul, Kalawad Road, Rajkot - 360005, Gujarat (INDIA)

Designed by Turekhanova A.O. findings and applied recommendations appears to be reliable, having scientific and practical significance.

Based on the above, the Thesis by Turekhanova A.O. on the topic "Marketing Audit at Small Business Enterprises: Modern Methods and Approaches" shows the capacity of the researcher to independently develop and undertake the scientific and application- focused research work. Overall, the thesis meets the requirements for award of the Doctor of Philosophy (Ph.D.) degree; and can be admitted to the defense for the PhD academic degree in the educational program 8D04103-Marketing.

I wish the researcher all the best for future endeavours.

Sincerely,

(Prof. Dr. Shiv K. Tripathi)

Signed on 30/12/2022 at Rajkot, India



## ATMIYA UNIVERSITY

Учрежден на основании Закона 11 о частных университетах Гуджарата за 2018 г.  
Раджкот, Гуджарат, Индия

### Отзыв Зарубежного консультанта на диссертационную работу (PhD)

**Тема:**

«Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы»»

**Исследователь:**

Туреханова Алия Омаровна

**Зарубежный консультант:**

Профессор (Д-р) Shiv K. Tripathi

Проректор, Atmiya University

г. Раджкот, Индия

Email: shivktripathi@hotmail.com, ve@atmiyauni.ac.in

Телефон: +91 7338299284

#### А) Введение

Малые предприятия играют важную роль как в экономическом, так и в общем развитии любой страны. В контексте Казахстана, который демонстрирует постоянный рост как ВВП, так и доли малого бизнеса, для исследователей становится важным выявить пробелы и предложить научные решения, которые помогут улучшить показатели малого бизнеса, следовательно экономики в целом.

Настоящее исследование направлено на устранение пробелов в знаниях в отношении применения маркетингового аудита в малом бизнесе Казахстана. Использование маркетингового аудита на малых предприятиях является одним из основных направлений исследования. Изучаются проблемы развития малого бизнеса, а также анализируются, как маркетинговый аудит может эффективно применяться для укрепления конкурентных позиций малых предприятий.

Исследования методов и способов применения маркетингового аудита выявляют наиболее уязвимые стороны маркетинговой деятельности. Это также помогает понять правильность применения маркетингового аудита, которые будут способствовать повышению эффективности малых

предприятий за счет соответствующих стратегических вмешательств в области маркетинга как на стратегическом, так и на операционном уровне. Поэтому выбранная тема исследования является актуальной, научной и целесообразной.

Кроме того, отсутствие опубликованных исследований по вопросам применения маркетингового аудита при развитии малого бизнеса повышает актуальность и значимость выбранной темы исследования.

### **В) Содержание диссертации.**

Диссертация состоит из трех глав:

- Первая глава посвящена анализу теоретических аспектов становления и развития маркетингового аудита в условиях малого бизнеса;
- Вторая часть представляет собой более глубокое понимание оценки эффективности маркетингового аудита;
- В третьей части предлагаются практические подходы к адаптации и внедрению маркетингового аудита в малом бизнесе в Казахстане.

Высокий прикладной характер работы отражается в стиле изложения, который совершенно отличается (но уместно) от традиционных подходов к представлению более теоретически ориентированной исследовательской работы.

Автор в ходе исследования представляет комплексный анализ как теоретических, так и практических вопросов в области применения маркетингового аудита в деятельности малого бизнеса.

Название диссертации выбрано на основе тщательного анализа текущего состояния применения маркетингового аудита в малом бизнесе в Казахстане, логически правильно выстроена цепочка исследования.

Автором был сделан качественный литературный обзор, связанной с темой, в частности, теоретических основ маркетингового аудита, его подходов и применения. Автор удовлетворительным образом охватил требуемую литературу и представил хороший краткий обзор.

Методология исследования, в том числе структура исследования, полностью обеспечила решению поставленных задач и достижению цели диссертации. Цели/вопросы исследования сбалансированы и затрагивают различные аспекты данного исследования. Автор использовал различные методы исследования, в том числе опрос предпринимателей и глубинные интервью среди полевых исследований.

В ходе исследования исследователь придерживался научного подхода к исследованию, что подтверждается результатами исследования: обоснованность и направленность на совершенствование использования системы маркетингового аудита в малом бизнесе.

Представление и обсуждение результатов диссертации выполнено надлежащим образом и соответствует целям/вопросам исследования. Исследование хорошо обобщено. Рекомендации и заключения соответствуют целям/вопросам исследования.

В диссертации представлены формулировка нескольких теоретических подходов, а также разработка практических предложений по решению изучаемых проблем. В целом работа содержит интересные научные результаты прикладного характера и выносится на защиту.

### **С. Резюме и оценка**

В диссертационной работе предложен ряд научно-практических и методических рекомендаций по обоснованию и реализации мероприятий, связанных с совершенствованием системы маркетингового аудита предприятий, с использованием институциональных возможностей и поддержки со стороны государства.

Исследователь представил основные результаты и выводы по исследуемой проблеме в 4 научных публикациях, в том числе 1 в базе данных Scopus, в публикациях, рекомендованных КОКСНВО МНВО РК - 3.

Разработанные Турехановой А.О. выводы и прикладные рекомендации представляются достоверными, имеющими научное и практическое значение.

На основании изложенного диссертация Турехановой А.О. по теме «Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы» показывает способность исследователя самостоятельно разрабатывать и проводить научно-исследовательскую работу прикладного характера. В целом диссертация соответствует требованиям для присуждения степени доктора философии (PhD); и может быть допущена к защите на соискание академической степени PhD по образовательной программе 8D04103-Маркетинг.

Я желаю исследователю всего наилучшего в будущих начинаниях.

Искренне Ваш,

(Профессор, доктор Shiv K. Tripathi)

Подписано 30.12.2022 г. в г. Раджкот, Индия Печать: Atmiya University, Раджкот

Перевод с английского языка на русский язык выполнен переводчиком Семеновой Ольгой Владимировной.

Подпись *О. Семенова Ольга Владимировна*

Республика Казахстан, город Алматы.

Двадцать седьмое февраля две тысячи двадцать третьего года.

Я, Ишпекпаева Кайша Тургамбековна, нотариус города Алматы, действующий на основании государственной лицензии № 0000874 от 29 июня 2007 года, выданной Комитетом по организации правовой помощи и оказанию юридических услуг населению Министерства юстиции Республики Казахстан, свидетельствую подлинность подписи, сделанной переводчиком Семеновой Ольгой Владимировной. Личность подписавшей документ установлена, дееспособность и полномочия её проверены.

Немірленген және баулықта. Қан
Пронумеровано и прошнуровано
<i>7 (семь) листов</i>
пар. қт/страницах
Нотариус <i>Ишпекпаева</i>



Зарегистрировано в реестре за № 148.

Взыскано: государственная пошлина 103,5 тенге  
+ услуги правового и технического характера 1725 тенге.

Нотариус *Ишпекпаева*



KT89070342402271127495576309

Нотариаттық құжаттың бірізділігін растайтын QR-кодтың қолдануы – олардың нақтылығын растайтын құрал.