

ПИСЬМЕННЫЙ ОТЗЫВ

официального рецензента кандидата экономических наук, ассоциированного профессора Дарибаевой Адамхан Кузембаевны на диссертацию Турехановой А.О. «Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы» на соискание степени доктора философии (PhD) по образовательной программе 8D04103 – «Маркетинг»

№п/п	Критерии	Соответствие критериям (необходимо отметить один из вариантов ответа)	Обоснование позиции рецензента
1.	Тема диссертации (на дату ее утверждения) соответствует направлениям развития науки и/или государственным программам	<p>1.1 Соответствие приоритетным направлениям развития науки или государственным программам:</p> <p>1) Диссертация выполнена в рамках проекта или целевой программы, финансируемого(ой) из государственного бюджета (указать название и номер проекта или программы)</p> <p>2) Диссертация выполнена в рамках другой государственной программы (указать название программы)</p> <p>3) Диссертация соответствует приоритетному направлению развития науки, утвержденному Высшей научно-технической комиссией при Правительстве Республики Казахстан (указать направление)</p>	<p><u>Соответствует</u></p> <p>Тема диссертационной работы «Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы», полностью соответствует современным тенденциям выбранного вектора развития Республики Казахстан и отражает действительные запросы государства, по развитию малого предпринимательства. Тема исследования является созвучной с государственными и институциональными решениями, которые получили отражение в Национальном проекте по развитию предпринимательства на период с 2021 по 2025 годы, а также в реализации Государственной программы развития малого предпринимательства в стратегическом плане "Казахстан-2050". Выбранная тема диссертации является особенно значимой, поскольку малые предприятия играют ключевую роль в развитии экономики Казахстана, способствуя созданию рабочих мест и стимулируя инновационное предпринимательство. Актуальность исследования обусловлена решением таких стратегических задач, как выявление механизма стимулирования деятельности предприятий малого бизнеса, которые являются самым уязвимым сектором экономики. При этом возникает потребность поиска комплексного подхода, направленного на повышение эффективности деятельности малого бизнеса, опираясь на оптимально</p>

			выстроенную модель маркетингового аудита.
2.	Важность для науки	Работа <u>вносит/не</u> вносит существенный вклад в науку, а ее важность хорошо раскрыта/не раскрыта	<p>Данная диссертационная работа <u>вносит существенный вклад</u> в области науки, образования и предпринимательства. В ходе исследования автором были разработаны и успешно внедрены в учебный процесс лекционные материалы и презентации по дисциплине "Основы маркетинга" в Университете "Нархоз", что помогает создать качественную базу знаний и навыков, необходимых для успешной реализации маркетинговых стратегий, а также использование механизма контроля и аудита в деятельности предприятий малого бизнеса.</p> <p>Автором разработана модель маркетингового аудита для предприятий малого бизнеса, представляющую комплексную взаимосвязь маркетинговых метрик и их оценку на каждом этапе развития предприятия малого бизнеса. Обоснованы и представлены универсальные рекомендации по применению модели непрерывного развития обучения по маркетинговому аудиту на институциональном уровне.</p>
3.	Принцип самостоятельности	<p>Уровень самостоятельности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <u>Высокий</u>; 2) Средний; 3) Низкий; 4) Самостоятельности нет 	<p>Исследования проводились диссертантом самостоятельно, что обусловлено соответствием тематического направления его профессиональным и научно-исследовательским интересам. О <u>высокой самостоятельности</u> выполнения работы свидетельствуют акты внедрения. Самостоятельность выполнения диссертации подтверждается тем, что впервые представлено исследование, направленное на разработку комплексной модели маркетингового аудита с расшифровкой оценочных метрик на предприятиях малого бизнеса. Автор демонстрирует высокую самостоятельность в проведении исследования, представляя новые результаты в области исследования факторов маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса. Это подтверждает значимость и</p>

			научную ценность данной диссертационной работы.
4.	Принцип внутреннего единства	<p>4.1 Обоснование актуальности диссертации:</p> <p>1) <u>Обоснована</u>;</p> <p>2) Частично обоснована;</p> <p>3) Не обоснована</p>	<p>Актуальность темы диссертационного исследования полностью <u>обоснована</u> и тесно связана с направлением развития малого бизнеса, образования и научно-исследовательской деятельности. Тема исследования является актуальной на международном и региональном уровне и отражает востребованные направления научно-исследовательских и научно-практических работ в указанных сферах. Выбранная тема диссертационного исследования вносит вклад в расширение научного знания и научно-практического опыта, а также позволяет выработать рекомендации и решения, способствующие развитию малого бизнеса и улучшению образовательных программ.</p> <p>Представленный труд характеризуется внутренним единством, т.к. предложенные рекомендации логически вытекают из поставленных целей и задач, строго соблюдая последовательность, и строятся на принципах взаимосвязи результатов.</p>
		<p>4.2 Содержание диссертации отражает тему диссертации:</p> <p>1) <u>Отражает</u>;</p> <p>2) Частично отражает;</p> <p>3) Не отражает</p>	<p>Содержание диссертационной работы полностью <u>отражает</u> выбранную тематику и аргументировано раскрывает тему исследования. Внутри трех глав диссертации автор системно и последовательно излагает вопросы методологии и современных подходов к проведению маркетингового аудита, проблемам его реализации на предприятиях малого бизнеса.</p> <p>Структура и содержание диссертационной работы являются целостными и последовательными, отражая все аспекты исследования.</p>

		<p>4.3. Цель и задачи соответствуют теме диссертации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <u>соответствуют</u>; 2) частично соответствуют; 3) не соответствуют 	<p>Поставленная автором цель исследования полностью <u>соответствует</u> тематике диссертационной работы, а задачи, сформулированные в рамках исследования, способствовали полному раскрытию сущности научно-практического исследования и достижению значительных результатов.</p> <p>Автор достиг поставленной цели - разработки модели маркетингового аудита через решение таких задач, как исследование теоретических вопросов по теме диссертации, выявления современных методов и подходов, исследование влияния маркетингового аудита на деятельность малого бизнеса и разработку конструктивных рекомендаций.</p>
		<p>4.4 Все разделы и положения диссертации логически взаимосвязаны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <u>полностью взаимосвязаны</u>; 2) взаимосвязь частичная; 3) взаимосвязь отсутствует 	<p>Диссертационная работа была подготовлена на высоком профессиональном уровне, где каждый раздел и положение <u>полностью взаимосвязаны</u> между собой и последовательно раскрывают основную суть исследования, отражая достигнутые результаты. Работа состоит из трех глав, в которых полноценно и логически последовательно представлены теоретико-методологические основы применения маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса.</p> <p>Первая глава диссертации посвящена теоретико-методологическим основам и представляет собой системное изложение основных концепций и подходов, связанных с рассматриваемой темой. В этой главе автор анализирует существующую литературу, теоретические модели, а также формулирует ключевой термин, необходимый для понимания дальнейшего исследования. Вторая глава представляет аналитическую часть работы, в которой автор применяет разноплановые методы исследования и собирает необходимые данные для анализа и оценки рассматриваемых явлений и процессов. Третья глава является результативной частью диссертации, где автор</p>

			представляет основные выводы, рекомендации и практические решения, основанные на интерпретации результатов проведенных исследований.
		<p>4.5 Предложенные автором новые решения (принципы, методы) аргументированы и оценены по сравнению с известными решениями:</p> <p>1) <u>критический анализ есть;</u></p> <p>2) анализ частичный;</p> <p>3) анализ представляет собой не собственные мнения, а цитаты других авторов</p>	<p>Автором проведено глубокое аналитическое исследование, направленное на изучение теоретико-методологических основ диссертационного исследования, его текущего состояния и актуальных направлений развития. Автор предложил относительно новые, четко аргументированные и обоснованные решения. Следует отметить, что предложенная модель маркетингового аудита и оценочные метрики базируются на результатах проведенных исследований основных факторов, влияющих на деятельность предприятий малого бизнеса и подтверждают целесообразность их применения. В диссертационной работе <u>представлен критический анализ</u>, полностью раскрывающий тему исследования.</p>
5.	Принцип научной новизны	<p>5.1 Научные результаты и положения являются новыми?</p> <p>1) полностью новые;</p> <p>2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%);</u></p> <p>3) не новые (новыми являются менее 25%)</p>	<p>Полученные результаты диссертационной работы представляют собой частично новыми. Научная новизна состоит в теоретической доработке дефиниции понятия «маркетинговый аудит», адаптирован подход к оценке рисков при выходе малых предприятий на рынок, обоснована степень влияния различных факторов на деятельность предприятий малого бизнеса с помощью прикладной программы SMARTPLS, разработана модель маркетингового аудита и алгоритм ее применения в деятельности предприятий малого бизнеса, сформирован системных подход при обучении предпринимателей. Эти результаты имеют значительный потенциал для качественного влияния на развитие сектора малого бизнеса в Республике Казахстан.</p> <p>Полученные результаты не только способствуют повышению эффективности предпринимательской деятельности, но и могут служить основой для разработки и внедрения государственных программ и</p>

			<p>политик, нацеленных на поддержку и развитие малого бизнеса в стратегическом плане развития Республики Казахстан.</p> <p>Таким образом, результаты данного исследования представляют собой ценный вклад в научное сообщество и могут служить основой для дальнейших исследований в области маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса, а также для разработки и реализации эффективных стратегий развития сектора малого бизнеса в Казахстане</p> <p>2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%);</u></p>
		<p>5.2 Выводы диссертации являются новыми? 1) полностью новые; 2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%);</u> 3) не новые (новыми являются менее 25%)</p>	<p>Представленные в диссертационной работе выводы являются оригинальными и основываются на тщательной теоретико-методологической и эмпирической основе, что свидетельствует о высоком качестве исследования, его эффективности и широких возможностях применения в практике и профессиональной сфере маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса.</p> <p>Представленные выводы открывают новые перспективы для применения маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса, основываясь на критическом анализе существующих теоретических подходов и эмпирических исследований. Эти выводы представляют собой ценный вклад в развитие научной области и могут быть использованы для разработки маркетинговых стратегий, анализа рыночной конкуренции, улучшения взаимодействия с клиентами и повышения эффективности маркетинговых практик на предприятиях малого бизнеса.</p> <p>2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%);</u></p>
		<p>5.3 Технические, технологические, экономические или управленческие решения являются новыми и обоснованными: 1) полностью новые;</p>	<p>Представленные в диссертационной работе решения, разработанные диссертантом, являются инновационными, обоснованными и современными, поскольку они основываются на тщательном</p>

		<p>2) <u>частично новые</u> (новыми являются 25-75%);</p> <p>3) не новые (новыми являются менее 25%)</p>	<p>аналитическом и практическом подходе, включая применение как традиционных, так и инновационных исследовательских методик.</p> <p>2) <u>частично новые</u> (новыми являются 25-75%);</p>
6.	Обоснованность основных выводов	<p>Все основные выводы <u>основаны</u>/не основаны на весомых с научной точки зрения доказательствах либо достаточно хорошо обоснованы (для qualitative research и направлений подготовки по искусству и гуманитарным наукам)</p>	<p>Все ключевые выводы, представленные в диссертационной работе, обладают высокой значимостью для их применения в развитии малого бизнеса в Республике Казахстан. Значительный уровень обоснованности подтверждается привлечением широкого круга источников, научной литературы, трудов зарубежных и отечественных ученых. Полученные результаты обоснованы и подтверждены тем, что использованы универсальные методики в форме контент-анализа, расчета прогнозных показателей, применением современных способов обработки информации.</p> <p>Выводы, представленные в работе, имеют весомый практический потенциал и предлагают конкретные рекомендации, которые могут быть использованы предпринимателями и специалистами в малом бизнесе для улучшения своей деятельности. Они являются результатом тщательного анализа и исследования теоретических основ и эмпирических данных, <u>основаны на достаточно убедительной доказательной базе</u>, что дает им высокую надежность и применимость.</p>
7.	Основные положения, выносимые на защиту	<p>Необходимо ответить на следующие вопросы по каждому положению в отдельности:</p> <p>7.1 Доказано ли положение?</p> <p>1) <u>доказано</u>;</p> <p>2) скорее доказано;</p> <p>3) скорее не доказано;</p> <p>4) не доказано</p> <p>7.2 Является ли тривиальным?</p> <p>1) да;</p>	<p>Все основные принципы, выносимые на защиту, обладают убедительностью и не являются тривиальными. Их применение охватывает широкий спектр областей, включая предпринимательство, маркетинг и образование. Все ключевые научные результаты были подтверждены и опубликованы в рецензируемых научных журналах, и полноценно представлены в списке использованных источников.</p> <p>7.1 Доказано ли положение?</p> <p>1) Да, доказано, так как автор показал возможность</p>

		<p>2) <u>нет</u></p> <p>7.3 Является ли новым?</p> <p>1) <u>да;</u></p> <p>2) нет</p> <p>7.4 Уровень для применения:</p> <p>1) узкий;</p> <p>2) средний;</p> <p>3) <u>широкий</u></p> <p>7.5 Доказано ли в статье?</p> <p>1) <u>да;</u></p> <p>2) нет</p>	<p>применения модели маркетингового аудита для повышения результативности деятельности предприятий малого бизнеса.</p> <p>7.2 Является ли тривиальным?</p> <p>2) нет, т.к. диссертант смог адаптировать способы применения маркетингового аудита, разработал оценочные метрики для предприятий малого бизнеса на основе полноценных исследований.</p> <p>7.3 Является ли новым?</p> <p>1) Да, положение является новым, так как автор представил и обосновал применение методических подходов к оценке маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса.</p> <p>7.4 Уровень для применения:</p> <p>3) широкий, т.к. может быть использован в практической деятельности предприятий малого бизнеса.</p> <p>7.5 Доказано ли в статье?</p> <p>1) да;</p>
8.	Принцип достоверности Достоверность источников и предоставляемой информации	<p>8.1 Выбор методологии - обоснован или методология достаточно подробно описана</p> <p>1) <u>да;</u></p> <p>2) нет</p> <p>8.2 Результаты диссертационной работы получены с использованием современных методов научных исследований и методик обработки и интерпретации данных с применением компьютерных технологий:</p> <p>1) <u>да;</u></p> <p>2) нет</p>	<p>Выбор методов и методологии исследования научно обоснован, автором были использованы как теоретические, так и эмпирические методы. Высокая результативность данной диссертационной работы объясняется использованием как традиционных, так и инновационных методик, полностью соответствующих целям исследования и аргументированных во введении.</p> <p>1) да;</p> <p>Результаты данной работы получены с применением современных методов научных исследований, а также методик обработки и интерпретации данных с использованием новых технологий. В рамках исследования автором была разработана маркетинговая модель, учитывающая шесть факторов, которая может быть успешно применена на предприятиях малого бизнеса. Кроме того, в работе представлены</p>

			<p>рекомендации по улучшению состояния малого бизнеса, которые были разработаны с учетом современных тенденций и требований в Республике Казахстан. При обработке результатов исследования была использована программа SMARTPLS.</p> <p>1) да;</p>
		<p>8.3 Теоретические выводы, модели, выявленные взаимосвязи и закономерности доказаны и подтверждены экспериментальным исследованием (для направлений подготовки по педагогическим наукам результаты доказаны на основе педагогического эксперимента):</p> <p>1) да; 2) нет</p>	<p>Теоретические выводы, модели, выявленные взаимосвязи и закономерности доказаны и подтверждены экспериментальным исследованием с применением экспертных рекомендаций по применению маркетингового аудита и разработанной авторской моделью. Представленные разработки успешно внедрены в практическую деятельность субъектов малого бизнеса, что подтверждается соответствующими актами внедрения.</p> <p>1) да;</p>
		<p>8.4 Важные утверждения <u>подтверждены</u>/частично подтверждены/не подтверждены ссылками на актуальную и достоверную научную литературу</p>	<p>Все утверждения, представленные в работе, подтверждены ссылками на актуальные и достоверные научные источники. Данные источники включают ссылки на официальные сайты, опубликованные работы автора, а также являются результатом оригинальных исследований. Все использованные источники приведены в списке литературы, соответствующем требованиям и стандартам оформления диссертационных работ.</p>
		<p>8.5 Использованные источники литературы <u>достаточны</u>/не достаточны для литературного обзора</p>	<p>Литературный обзор, представленный в работе, является <u>достаточным</u> и содержит использованные источники, которые в полной мере отражают актуальные материалы, связанные с проблематикой исследования. В обзоре литературных источников использованы научно-практические и профессиональные работы, а также статьи, опубликованные в авторитетных изданиях. При составлении обзора также использовались проверенные данные из официальных интернет-источников</p>

9	Принцип практической ценности	<p>9.1 Диссертация имеет теоретическое значение:</p> <p>1) да; 2) нет</p>	<p>Результаты, полученные в ходе научно-исследовательской и профессиональной деятельности, отраженные в данной диссертационной работе, представляют собой систематизированные материалы и разработки, которые обладают потенциалом оказать значительное положительное влияние на развитие малого бизнеса в Казахстане. Эти результаты также способны внести значимый вклад в профессиональную и научно-исследовательскую деятельность специалистов в области маркетинга, а также способствовать дальнейшему развитию применения маркетингового аудита для улучшения ситуации в сфере малого предпринимательства в Республике Казахстан.</p> <p>1) да;</p>
		<p>9.2 Диссертация имеет практическое значение и существует высокая вероятность применения полученных результатов на практике:</p> <p>1) да; 2) нет</p>	<p>Материалы, представленные в диссертационной работе, обладают явным практико-ориентированным значением в сферах маркетинга и малого бизнеса. Существует высокая вероятность того, что эти материалы будут полезны будущим специалистам в их обучении и практической деятельности, а также смогут оказать положительное влияние на улучшение профессионального подхода в подготовке специалистов с навыками применения маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса.</p> <p>Практическое применение подтвержденной модели маркетингового аудита имеет огромный потенциал оказать существенное влияние на развитие малого бизнеса в Республике Казахстан. Эта модель предлагает системный подход к оценке эффективности и конкурентоспособности предприятий малого бизнеса, а также выявлению возможностей для их улучшения и развития. Реализация данной модели в практике бизнеса может способствовать сокращению рисков и принятию обоснованных решений, что в свою очередь способствует росту и устойчивости малых предприятий.</p>

		<p>9.3 Предложения для практики являются новыми?</p> <p>1) полностью новые;</p> <p>2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%);</u></p> <p>3) не новые (новыми являются менее 25%)</p>	<p>Представленные предложения и практические рекомендации являются новыми, основанными на уже существующих постулатах, но полностью адаптированными к требованиям современного подхода к применению маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса. Они обладают потенциалом оказать значительное качественное влияние на развитие предпринимательства в Республике Казахстан, с учетом современных требований и подходов.</p> <p>2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%);</u></p>
10.	Качество написания и оформления	<p>Качество академического письма:</p> <p>1) <u>высокое;</u></p> <p>2) среднее;</p> <p>3) ниже среднего;</p> <p>4) низкое.</p>	<p>Качество выполнения данной диссертационной работы можно описать как <u>высокое</u>, поскольку автор применяет профессиональный подход, соблюдает единую научную стилистику и обладает умением грамотно и доступно излагать материалы, полностью соответствия требованиям научного стиля, присущим диссертационным работам.</p> <p>1) <u>высокое;</u></p>

Заключение: На основании вышеизложенного диссертационное исследование Турехановой Алии Омаровны на тему: «Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы» считать соответствующей всем требованиям, предъявляемым диссертациям на соискание степени доктора философии «Правил присуждения степеней» КОКСНиВО МНиВО РК и ходатайствовать перед Комитетом по обеспечению качества в сфере образования и науки РК, о присуждении соискателю Турехановой Алии степени доктора философии по образовательной программе 8D04103- «Маркетинг».

Официальный рецензент:

**кандидат экономических наук, ассоциированный профессор,
заведующий кафедрой «Международная торговля и право»
учреждения «Esil University»**



Дарибаева Адамхан Кузембаевна

01.06.2023 год

