

**ОТЗЫВ**  
**официального рецензента на диссертационную работу Турехановой Алии Омаровны на тему «Маркетинговый аудит на предприятиях малого бизнеса: современные методы и подходы», представленную 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 направлению 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>Соответствует</p> <p>Тема диссертационного исследования соответствует программным документам Республики Казахстан, отражая актуальные потребности государства в развитии сектора малого предпринимательства. Решение проблем развития малого бизнеса представлены в Национальном проекте по развитию предпринимательства на 2021-2025, в реализации Государственной программы развития малого предпринимательства в стратегической перспективе "Казахстан-2050". На современном этапе малый бизнес в Казахстане решает ряд важнейших экономических задач: пополнение рынка товарами и услугами, сокращение безработицы, уменьшение социальной напряженности, увеличение налоговых поступлений. В свете этого, разработка современных методов и подходов маркетингового аудита обеспечит развитие малых предприятий и будет способствовать усилению их устойчивости.</p>
2.	Важность для науки	Работа <u>вносит/не вносит</u> существенный вклад в науку, а ее важность хорошо раскрыта/не раскрыта	<p>Диссертация вносит существенный вклад в области науки, образования и предпринимательства.</p> <p>Автором разработаны:</p> <p>-подходы к оценке сценариев развития предприятий малого бизнеса при выходе на рынок для минимизации рисков;</p> <p>- методические основы по внедрению программ обучения маркетинговому аудиту для предпринимателей;</p>

		<p>- алгоритм реализации маркетингового аудита на каждом этапе развития малого бизнеса;  - научно-обоснованные выкладки по применению маркетингового аудита включены в программу учебного процесса.</p>
3.	<p>Принцип самостоятельности</p> <p>Уровень самостоятельности:</p> <p>1) Высокий;  2) Средний;  3) Низкий;  4) Самостоятельности нет</p>	<p>Уровень самостоятельности данного исследования. Высокий. Следует отметить, что данная диссертация представляет собой оригинальное исследование, нацеленного на изучение новейших методов и подходов в применении маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса. Анализ содержания и определения маркетингового аудита, а также сформированное авторского видения этого понятия, явно отражают высокий уровень самостоятельности научного исследования. В рамках анализа сферы малого предпринимательства автор ставит перед собой задачу выявления современных подходов и методов применения маркетингового аудита с учетом специфических особенностей данных предприятий. Автор проявляет высокую степень самостоятельности в ходе исследования и представляет новые результаты в области комплексного анализа маркетингового аудита для малого бизнеса. Все это подтверждает значимость и научную ценность данной диссертационной работы.</p>
4.	<p>Принцип внутреннего единства</p> <p>4.1 Обоснование актуальности диссертации:</p> <p>1) <u>Обоснована;</u>  2) Частично обоснована;  3) Не обоснована</p>	<p>Тема данного диссертационного исследования является важной, а ее актуальность полностью обоснована в свете текущих направлений развития малого бизнеса, образования и научно-исследовательской деятельности. Выбранная тема исследования имеет существенное значение не только в национальном масштабе, но и на международном уровнях, отражая востребованные направления научно-исследовательских и научно-практических работ в указанных областях. Проведенное исследование способствует расширению научных знаний и практического опыта, а также обогащению научного сообщества информацией, необходимой для разработки методических основ,</p>

		<p>современных подходов применения маркетингового аудита в малом бизнесе. Развитие малого бизнеса – одно из наиболее эффективных направлений экономического роста Казахстана, поэтому методическая и государственная поддержка данного сектора чрезвычайно важна и актуальная задача в ближайшей перспективе.</p>
	<p>4.2 Содержание диссертации отражает тему диссертации: 1) <u>Отражает</u>; 2) Частично отражает; 3) Не отражает</p>	<p>Весь представленный в диссертационном исследовании материал <u>полностью</u> отражает выбранную тему и направлен на последовательное раскрытие ее содержания. В исследовании объемно и доказательно проведен научный анализ методических основ и современных подходов к применению маркетингового аудита в деятельности предприятий малого бизнеса, проанализированы возможности использования маркетинговых метрик при проведении аудита для повышения результативности деятельности предприятий малого бизнеса.</p>
	<p>4.3. Цель и задачи соответствуют теме диссертации: 1) <u>соответствуют</u>; 2) частично соответствуют; 3) не соответствуют</p>	<p>Формулировка основной цели исследования, представленная автором, <u>полностью</u> соответствует тематике диссертационной работы, а внутренние задачи, сформулированные в процессе исследования, способствовали полному раскрытию сущности научно-практического исследования по вопросам применения маркетингового аудита в малом бизнесе. Представленные выводы и результаты исследования подвели к глубокому пониманию предметной области и позволили автору целенаправленно выбрать методы и подходы, которые наилучшим образом соответствуют характеру исследования. Таким образом, выполнение поставленной цели исследования в рамках данной диссертационной работы полностью подтверждаются разработанной моделью маркетингового аудита, которая учитывает этапы развития предприятия малого бизнеса и базируется на результатах проведенных исследований.</p>
	<p>4.4 Все разделы и положения диссертации логически взаимосвязаны: 1) <u>полностью взаимосвязаны</u>;</p>	<p>Все разделы и положения диссертации <u>полностью</u> взаимосвязаны <u>и</u> объединены логикой <u>и</u> последовательностью изложения теоретико-</p>

	<p>2) <b>взаимосвязь</b> <b>частичная</b>;</p> <p>3) <b>взаимосвязь отсутствует</b></p>	<p>методологического и аналитического материала, практических выводов и рекомендаций. Работа структурирован в виде трех глав. Каждая глава тщательно разработывает соответствующий аспект исследования, а их последовательность обеспечивает логичное и взаимосвязанное представление материала. Подход, выбранный автором, обеспечивает комплексное и глубокое освещение сути и принципов применения маркетингового аудита через такие инструменты как контент-анализ, глубинное интервью и анкетирование предпринимателей. Одновременно автор подчеркивает важность и актуальность данного исследования в контексте деятельности предприятий малого бизнеса, выявляя значимые факторы и принципы, которые могут быть использованы в практической сфере.</p>
<p>5.</p>	<p>4.5 Предложенные автором новые решения (принципы, методы) аргументированы и оценены по сравнению с известными решениями:</p> <p>1) <u>критический анализ</u> есть;</p> <p>2) анализ <u>частичный</u>;</p> <p>3) анализ <u>представляет собой</u> не собственные мнения, а цитаты других авторов</p>	<p>В результате проведенного исследования, выполненного автором на глубоком аналитическом уровне, была осуществлена тщательная и всесторонняя экспертиза теоретико-методологических основ диссертационного исследования, а также его текущего состояния и перспективных направлений развития. Представленный в диссертационной работе <u>критический анализ</u> полностью раскрывает основную тему исследования, проливает свет на важные аспекты и выявляет существенные результаты, полученные в процессе работы. Это позволило определить видение, методы и подходы к возможностям применения маркетингового аудита в деятельности предприятий малого бизнеса с учетом их специфических особенностей.</p>
<p>5.1</p>	<p>Принцип научной новизны</p>	<p>Научные результаты и положения, полученные в рамках данного исследования, представляют собой ценный вклад в академическое сообщество и могут служить основой для дальнейших исследований в области маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса, а также для разработки и успешной реализации стратегий развития сектора малого бизнеса в Казахстане. Собранная доказательная база позволила смоделировать методические подходы к</p>
	<p>5.1 Научные результаты и положения являются новыми?</p> <p>1) полностью новые;</p> <p>2) <u>частично новые</u> (новыми являются <u>25-75%</u>);</p> <p>3) не новые (новыми являются менее 25%)</p>	

		<p>применению маркетингового аудита в деятельности предприятий малого бизнеса и открыть новые перспективы и возможности для научного развития и практического применения в области маркетинговых исследований в Казахстане. Выводы и рекомендации, полученные в рамках данного исследования, имеют научное значение и могут способствовать повышению эффективности управления и достижению устойчивого развития предприятий 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>Сформулированные в диссертационной работе <u>выводы</u> являются <u>частично новыми</u> и базируются на тщательном теоретико-методологическом и эмпирическом анализе, что свидетельствует о высоком уровне качества исследования, его эффективности и широком потенциале практического применения в сфере маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса. Автор провел маркетинговые исследования в форме глубинного интервью и анкетирования с использованием компьютерной программы SMARTPLS для определения приоритетности оценочных маркетинговых метрик при проведении маркетингового аудита в малом бизнесе.</p> <p>2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%)</u>;</p>
	<p>5.3 Технические, технологические, экономические или управленческие решения являются новыми и обособованными:  1) полностью новые;  2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%)</u>;  3) не новые (новыми являются менее 25%)</p>	<p>В работе представленные диссертантом <u>решения</u> являются <u>частично новыми</u>, которые основаны на глубоком аналитическом и практическом исследовании, включая применение как традиционных, так и передовых исследовательских методик. Автор всесторонне анализирует препятствия на пути использования маркетингового аудита в деятельности предприятий малого бизнеса, декларирует способы и возможности его применения, обосновывает методические основы и этапы аудита. Диссертант делает акцент на развитие рыночных институтов стимулирования обучения предпринимателей для решения их насущных маркетинговых и управленческих задач. Данный подход</p>

			<p>является важным для повышения устойчивости сектора малого бизнеса.. Разработанные им решения открывают новые перспективы для развития практического применения и дальнейших исследований в области маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса.</p> <p>2) <u>частично новые (новыми являются 25-75%):</u></p>
6.	<p><b>Обоснованность основных выводов</b></p>	<p>Все основные выводы <u>основаны/не основаны</u> на весомых с научной точки зрения доказательствах либо достаточно хорошо обоснованы (для qualitative research и направлений подготовки по искусству и гуманитарным наукам)</p>	<p>Выводы, представленные в работе, основаны на весомых с научной точки зрения <u>доказательствах</u> и предлагают конкретные стратегии и рекомендации, которые предприниматели и специалисты в сфере малого бизнеса могут применить для улучшения своей деятельности. Высокая обоснованность подтверждается привлечением широкого круга источников, научной литературы, трудов зарубежных и отечественных специалистов по вопросам маркетингового аудита, использованием апробированных общенаучных и специальных методов.</p> <p>Полученные результаты обоснованы и подтверждены.</p> <p>Первый результат обоснован применением научной методологии исследования и анализом значительного массива трудов зарубежных и отечественных ученых и специалистов в области маркетинга и менеджмента.</p> <p>Второй результат по минимизации рисков малых предприятий получен посредством применения критерия Лапласа, критерия максимакса или оптимизма, критерия Гурвица, критерия Сэвиджа, критерия Вальда.</p> <p>Третий результат обоснован использованием контент-анализа для выявления наиболее значимых факторов маркетингового аудита и результатами маркетинговых исследований.</p> <p>Четвертый результат достигнут на основе исследования и позволил сформировать целостную модель маркетингового аудита.</p> <p>Пятый результат обоснован необходимостью усиление компетенций предпринимателей с помощью развития институционального механизма обучения.</p>

7.	<p>Основные положения, выносимые на защиту</p> <p>Необходимо ответить на следующие вопросы по каждому положению в отдельности:</p> <p>7.1 Доказано ли положение?  <u>1) доказано;</u>  2) скорее доказано;  3) скорее не доказано;  4) не доказано</p> <p>7.2 Является ли тривиальным?  1) да;  <u>2) нет</u></p> <p>7.3 Является ли новым?  <u>1) да;</u>  2) нет</p> <p>7.4 Уровень для применения:  1) узкий;  2) средний;  <u>3) широкий</u></p> <p>7.5 Доказано ли в статье?  <u>1) да;</u>  2) нет</p>	<p>Все ключевые принципы, представленные в контексте их защиты, обладают убедительностью и не являются тривиальными. Их эффективное применение охватывает широкий спектр областей включая предпринимательство, маркетинг и образование, что позволяет достичь значимых результатов. Ключевые научные результаты были подтверждены и опубликованы в рецензируемых научных журналах и полностью представлены в списке литературы, использованной в работе.</p> <p>7.1 Доказано ли положение?  1) доказано;  <u>2) нет</u></p> <p>7.2 Является ли тривиальным?  <u>1) да;</u>  2) нет</p> <p>7.3 Является ли новым?  1) да;  2) нет</p> <p>7.4 Уровень для применения:  <u>3) широкий</u></p> <p>7.5 Доказано ли в статье?  1) да;</p>
8.	<p>Принцип достоверности</p> <p>Достоверность источников и представляемой информации</p> <p>8.1 Выбор методологии - обоснован или методология достаточно подробно описана  <u>1) да;</u>  2) нет</p>	<p>Методология исследования описана и аргументирована. При выборе методологии исследования была продемонстрирована научная обоснованность, автором были применены как классические, так и новаторские подходы. Следует отметить, что исследование проводилось с использованием первичной и вторичной информации, использовались в комплексе экономико-математический анализ прогнозирования. Для обработки статистических данных использовалось программное обеспечение Microsoft Excel и SMARTPLS.</p> <p>1) да;</p>
	<p>8.2 Результаты диссертационной работы получены с использованием современных методов научных исследований и методик обработки и</p>	<p>Полученные в ходе данного исследования результаты обоснованы применением актуальных методов научных исследований, а также инновационных методик обработки и анализа данных, включая применение новейших технологий</p>

	<p>интерпретации данных с применением компьютерных технологий:</p> <p>1) да; 2) нет</p>	<p>и подходов. В рамках исследования автором использована разнообразная информационная база включая данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, аналитические данные Глобального мониторинга по предпринимательству (GEM), данные результатов экспертного опроса, результаты исследования обработаны с применением программы 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>Все представленные в диссертации теоретические выводы и разработки получили подтверждение в ходе проведенных экспериментальных исследований и успешно применены в реальной практике субъектов малого бизнеса. Реализация результатов исследования подтверждена актами внедрения, которые подтверждают использование разработанных методов и подходов.</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 представленные в работе утверждения <u>подтверждены</u> ссылками на современные и авторитетные научные источники. Список литературы включает ссылки на официальные веб-сайты, публикации автора, а также являются результатом оригинальных исследований. Все использованные источники приведены в списке литературы, оформлены в соответствии с требованиями и стандартами.</p>
	<p>8.5 И использованные источники литературы <u>достаточно</u>/не достаточно для литературного обзора</p>	<p>Представленный в работе литературный обзор является <u>достаточно</u> и содержит использованные источники, которые в полной мере охватывают актуальные материалы, связанные с исследуемой проблематикой. Среди них присутствуют научно-практические и профессиональные работы, а также научные статьи, опубликованные в авторитетных изданиях. При составлении обзора также использовались достоверные данные из официальных сайтов и интернет-источников.</p>



9	<p>Принцип практической ценности</p>	<p>9.1 Диссертация имеет теоретическое значение:  1) да;  2) нет</p> <p>9.2 Диссертация имеет практическое значение и существует высокая вероятность применения полученных результатов на практике:  1) да;  2) нет</p> <p>9.3 Предложения для практики являются новыми?  1) полностью новые;  2) частично новые (новыми являются 25-75%);  3) не новые (новыми являются менее 25%)</p>	<p>Данная диссертация имеет теоретическое значение, поскольку расширяет, углубляет и конкретизирует научные представления о возможных методах, способах и современных подходов применения маркетингового аудита в малом бизнесе. Теоретические результаты исследования также могут оказать значительное влияние на профессиональную и научно-исследовательскую области маркетинга и способствовать дальнейшему развитию применения маркетингового аудита для улучшения ситуации в секторе малого предпринимательства в Республике Казахстан.</p> <p>1) да;</p> <p>Исследовательские материалы, представленные в данной диссертационной работе, обладают явно ориентированным на практику значением в сферах маркетинга и малого бизнеса. Весьма вероятно, что эти материалы окажутся полезными для будущих специалистов как в обучении, так и в их практической деятельности, способствуя улучшению профессионального подхода при подготовке специалистов с навыками применения маркетингового аудита на предприятиях малого бизнеса.</p> <p>1) да;</p> <p>Сформулированные предложения и практические рекомендации представляют частично новые подходы, которые основаны на существующих основополагающих принципах, но полностью адаптированы к современным требованиям в практической деятельности предприятий малого бизнеса. Разработанные конструктивные рекомендации по применению модели маркетингового аудита и обучения предпринимателей обладают потенциалом оказать существенное положительное воздействие на развитие предпринимательства в Республике Казахстан, учитывая современные требования и подходы в этой области.</p> <p>2) частично новые (новыми являются 25-75%);</p>
---	--------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10.	Качество написания и оформления	Качество академического письма: 1) высокое; 2) среднее; 3) ниже среднего; 4) низкое.	Качество выполнение данной диссертационной работы можно оценить как <u>высокое</u> . Автор обладает умением ясно излагать свои мысли, держать логику изложения. Интерпретация и владение научно-справочным аппаратом, научной терминологией находятся на достаточно высоком уровне. 1) высокое;
-----	---------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

**Официальный рецензент:**  
**кандидат экономических наук, ассоциированный профессор**  
 01.06.2023 год



**Ахметова Зауреш Болатхановна**

Көрсеткіш  
 ПОДПИСЬ ЗАВЕРШ