

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Дегтярева Дмитрия Сергеевича
на тему: «Ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика на
рынке СМС», представленной на соискание ученой степени кандидата
экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

Современные условия развития рыночных отношений и турбулентная маркетинговая среда обуславливают постоянные изменения в стратегии и тактике, бизнес-процессах и бизнес-моделях деятельности предприятий. В этом контексте трансформируются и ключевые особенности маркетинговой деятельности, перенося фокус на создание ценностей в результате взаимодействия всех участников рынка.

В условиях новых императивов изменения вектора парадигмы маркетинга, в первую очередь, становится необходимым формирование маркетинговой товарной политики на основе ценностно-ориентированного подхода, а новая экономическая реальность в Донецкой Народной Республике требует от предприятий создания и продвижения на основе маркетинга не просто товаров, а уникального предложения, отвечающего потребностям рынка и имеющего отличительные преимущества по сравнению с конкурентами. Данный аспект подтверждает актуальность и практическую востребованность диссертационной работы.

Содержание автореферата позволяет сделать вывод, что диссертационная работа представляет собой самостоятельное научное исследование. Все изложенные и выносимые на защиту научные положения, результаты и выводы в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее достижение, приведенные научные положения аргументированы в процессе исследования и дают представление о его результатах, что подтверждает обоснованность выводов и рекомендаций в диссертации.

Как показывает автореферат, в диссертационной работе рассматривается и решается широкий круг вопросов: от эволюции развития и понятия ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики до разработки методических и методологических основ исследования, а также рекомендаций по совершенствованию ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий, реализующих синтетические моющие средства (СМС) на рынке Донецкой Народной Республики.

Наибольшую практическую значимость представляет разработанная автором модель ко-маркетинга, которая интегрирует основные форматы сотрудничества с потенциалом ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий, использование которой будет способствовать повышению синергетического эффекта от реализации ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий (с. 18).

Положительное впечатление производит разработанная методическая база по формированию и оценке капитала ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики, а также сформулированные понятия «капитал товарной ценности», «клиентский капитал» и «партнерский капитал» (с. 4) - поскольку эти вопросы недостаточно рассмотрены в современной экономической литературе. Особого внимания заслуживают предложенные автором методические подходы к

оценке: капитала бренда, репутационного капитала, капитала трейд-маркетинга (с. 4-5) и формирующих их показателей, использование которых в практической деятельности предприятий будет способствовать принятию обоснованных управленческих решений по повышению результативности в сфере ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Вместе с тем следует отметить некоторые замечания:

1. в автореферате следовало бы более подробно охарактеризовать выделенные функционалы по уровню использования, конкурентной силы и уровню удовлетворенности потребителей в разрезе детерминант комплекса маркетинг-mix;

2. отсутствуют пояснения, каким образом автор определял максимально и минимально возможные значения капиталов ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики при разработке стратегического набора ко-маркетинга для исследуемых кластеров марок СМС и форматов предприятий.

В целом, указанные замечания не снижают научно-практической значимости диссертационной работы и защищаемых положений, а также полученных результатов.

Диссертация на тему: «Ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика на рынке СМС», как показывает автореферат, соответствует требованиям, предъявляемым к диссертационным работам на соискание ученой степени кандидата экономических наук, имеет научную новизну и высокий уровень практической ценности, а ее автор – Дегтярев Дмитрий Сергеевич – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

Кандидат экономических наук
(по специальности 08.00.05 – Экономика
и управление народным хозяйством
(по отраслям и сферам деятельности, в т. ч.:
экономика, организация и управление
предприятиями, отраслями, комплексами)),
доцент кафедры производственного
менеджмента и экономики отраслей
народного хозяйства
Кубанского государственного
технологического университета

350072, Российская Федерация,
г. Краснодар, ул. Красная, 135.
E-mail: pm.kubstu@gmail.com
Тел: 8 (953) 102-51-41

А.С. Басюк

