

## 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)

Ценностный маркетинг и маркетинг ценностных достоинств являются современными концепциями управления предприятиями. Они включают методы и технологию использования маркетинговых инструментов формирования рыночной ценности как предприятия, так и его товаров. Особое значение ценностный подход приобретает в условиях усиливающейся конкуренции на рынке и нестабильности условий рыночного хозяйствования, что вызывает необходимость реализации предприятиями ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики. Эта необходимость также проявляется на рынке стиральных порошков, отождествляемым с рынком синтетических моющих средств (СМС).

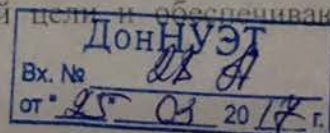
Следует отметить, что актуальность темы диссертационной работы обусловлена тем, что в современных исследованиях практически отсутствует подход к оценке ценностных достоинств товаров как одного из конкурентных преимуществ предприятия на рынке в долгосрочной перспективе. В данном ключе ценностные достоинства рассматриваются лишь как составляющие элементы концепции просвещенного маркетинга без определения их показателей и критериев, а также потенциальной возможности наращивания конкурентных преимуществ за счет реализации ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики.

Анализ содержания автореферата свидетельствует, что поставленная цель, а именно - обобщение теоретических основ и разработка научно-практических рекомендаций по совершенствованию ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий на рынке СМС – достигнута; сформулированные задачи – решены. Научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы имеют достаточную степень обоснованности и достоверности.

С положительной точки зрения следует отметить предложенную автором концепцию и концептуальную схему, а также комплексную систему ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики. Теоретическое обобщение научных трудов современных ученых позволило сформулировать понятие ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики, а также уточнить определение «комплекса маркетинг-микс предприятия», «ко-маркетинга», «капитала товарной ценности», «клиентского капитала», «партнерского капитала».

Научной новизной также отличается положение о формировании ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий на основе ко-маркетинга, в рамках которого разработана модель ко-маркетинга, интегрирующая основные форматы сотрудничества с потенциалом ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Ознакомление с содержанием автореферата диссертации позволяет сделать вывод, что работа представляет собой самостоятельное научное исследование. Все научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее



достижение, приведенные в работе научные положения аргументированы в процессе исследования и дают представление о его результатах, что подтверждает обоснованность выводов и рекомендаций в диссертационной работе.

Наряду с этим в качестве рекомендаций следует отметить следующее:

- целесообразно было бы в таблице 3 автореферата представить графическую интерпретацию и результаты оценки стратегического потенциала ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики всех форматов исследуемых предприятий для обобщающего представления проведенного исследования.

В целом, указанное замечание не снижает 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).

Согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Кандидат технических наук,  
доцент, заведующий кафедрой  
«Экономика и маркетинг»  
Государственного образовательного  
учреждения высшего  
профессионального образования  
«Донецкий национальный  
технический университет»



А.А. Кравченко

283001, ДНР, г. Донецк,  
ул. Артема, 96.  
Тел: +38 (062) 301-03-78  
E-mail: luba1385@rambler.ru  
Сайт: <http://ekimar.donnu.edu.ua>

