

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)

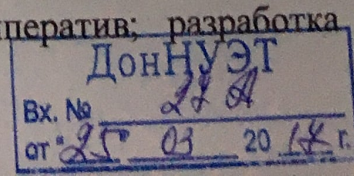
Ценностно-ориентированный маркетинг – это концепция маркетинга, согласно которой маркетинговая деятельность превышает ценностную значимость продукта для потребителя, то в современных условиях потребители все больше делают свой выбор в пользу того или иного продукта, исходя из своих ценностей; выбирают социально-ответственных производителей; предпочитают компании, в которых человеческий капитал является преобладающей ценностью.

В контексте данного подхода особую актуальность приобретает ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика предприятий на рынке синтетических моющих средств (СМС). Это обусловлено тем, что отечественный рынок претерпел существенные изменения и на современном этапе его емкость увеличивается за счет насыщения рынка товарами российского, белорусского производства и практически полным вытеснением товаров украинских производителей.

В этих условиях предприятия вынуждены не просто создавать и продвигать товары, а формировать уникальную систему ценностей для потребителя с целью завоевания его лояльности и устойчивых конкурентных преимуществ на рынке. Этим определяется актуальность темы диссертации.

Тема диссертации актуальна и потому, что проблема формирования ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий мало исследовалась. В связи с этим особый научный интерес вызывает представленные автором результаты обобщения теоретических основ и разработанные научно-практические рекомендации по совершенствованию ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий на рынке СМС, что является основной целью диссертации.

Для решения поставленной цели в диссертационной работе, как показывает автореферат, были сформулированы и решены следующие задачи: определение сущности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий, ее эволюции и основных императив; разработка



концепции и концептуальной схемы ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий; проведение маркетинговых исследований рыночного потенциала СМС; оценка потенциала ценностных достоинств СМС; оценка результативности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики на рынке СМС; разработка комплексной системы ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий; разработка модели ко-маркетинга предприятий и методических подходов к оценке капитала ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Содержание автореферата позволяет утверждать, что автору удалось найти нестандартные подходы к научному обоснованию решения сформулированной проблемы. Основные положения, выводы и рекомендации, изложенные в автореферате, имеют достаточно высокую степень научной обоснованности и достоверности, а цель и задачи диссертации достигнуты в полной мере.

Особенно стоит подчеркнуть значимость таких разработок и предложений, представленных в автореферате диссертации, как:

- концепция и концептуальная схема ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики,
- интегрированная модель результативности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики, комплексная система ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики,
- модель ко-маркетинга,
- понятийно-категориальный аппарат, включающий определение ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики, комплекса маркетинг-мик предприятия, ко-маркетинга.

Структура и содержание автореферата соответствует требованиям нормативных документов и позволяет составить представление о диссертационной работе.

В целом положительно характеризуя представленные в автореферате результаты диссертационной работы, необходимо отметить следующие замечания: из текста автореферата не ясна специфика приемов, формирующих методологический базис концептуальной схемы ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики (с. 10), т.к. не все составляющие концепции охарактеризованы в автореферате.

Однако представленные замечания не влияют на главные теоретические и практические результаты диссертационной работы.

Резюмируя вышесказанное можно сделать вывод, что диссертация Дегтярева Д.С. является завершённой и самостоятельной работой, решает важную научную проблему. Полученные результаты являются обоснованными, имеют научную новизну, характеризуются теоретической и практической ценностью.

Как следует из автореферата, диссертация на тему «Ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика на рынке СМС» соответствует требованиям, предъявляемым к диссертационным работам на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а Дегтярев Дмитрий Сергеевич, как автор представленной работы - заслуживает присуждения ему 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 экономических наук
(по специальности 08.06.01 – Экономика
предприятия и организация производства),
старший научный сотрудник,
старший научный сотрудник
отдела финансово-экономических исследований
Государственного учреждения
«Институт экономических исследований»

А.В. Матюшин

83048, ДНР, г. Донецк,
ул. Университетская, 77,
Тел: +38 (062) 311 57 90
E-mail: office@econri.org

