

## 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)

В современных условиях развития рыночной экономики, характеризующихся обострением конкуренции, деятельность предприятий предполагает применение ценностно-ориентированного подхода к товарной политике с целью наибольшего удовлетворения потребностей покупателей и обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ на рынке, что обуславливает необходимость формирования ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики.

К сожалению, значительная часть аспектов, связанных с формированием и реализацией ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий являются недостаточно исследованными как в теоретико-методологическом, так и в практическом плане. В связи с этим диссертационная работа Дегтярева Д.С. является актуальной и практически востребованной.

Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, а также достигнутым уровнем разработанности изучаемых проблем, научной новизной, полученной в результате исследования, и заключается в научном обосновании теоретико-методологического базиса концепции ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Разработанные выводы и рекомендации по реализации концепции ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики могут являться основой для дальнейших исследований в сфере маркетинга не только торговых, но и производственных предприятий.

Практическая значимость полученных результатов в диссертационной работе заключается в разработке предложений и научных идей по совершенствованию и повышению результативности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий на основе ко-маркетинга, которые могут быть использованы для решения актуальных проблем в практической деятельности предприятий.

Основные идеи, положения и рекомендации диссертации апробированы автором на 9 научно-практических конференциях различного уровня с достаточно широкой географией (Украина, Россия, Великобритания, Польша) и опубликованы в 14 научных трудах, общий объем публикации которых составляет 2,92 печ.л.

Особый интерес с позиции теоретико-методологических аспектов представляет разработанная автором концепция ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики, базирующаяся на научно-обоснованной связи компонентов, формирующих теоретический, методологический и практический базисы, а также результат и эффект от реализации ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятиями, проявляющемся в синергизме от совместных усилий (стр. 9-10, рис.1).

С точки зрения наибольшей практической ценности заслуживает внимания разработанная автором интегрированная модель результативности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики (рис. 5) на основе оценки детерминант комплекса маркетинг-mix в разрезе функционалов (уровня использования, конкурентной силы и уровня удовлетворенности потребителей) и модулей (товарной, ценовой политики, коммуникационной и политики распределения, политики персонал-

ДОННУСИ  
16

маркетинга и партнерства), формирующих величину фактического потенциала, а также высоты модели (сумма капитала бренда и репутационного капитала). Результаты проведенных исследований на основе апробации данной модели позволили определить стратегический потенциал ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

Предложенный инструментарий и разработанный пакет прикладных компьютерных программ является адаптивным к условиям деятельности отечественных предприятий и может быть рекомендован к широкому применению субъектами хозяйствования.

Можно выделить недостаточно обоснованные автором дискуссионные и требующие уточнения вопросы, не снижающие положительную оценку и научную значимость проведенного исследования. Из автореферата не понятно, какие именно показатели формируют модули и функционалы при оценке результативности ценностно-ориентированной маркетинговой товарной политики предприятий.

В целом диссертация на тему «Ценностно-ориентированная маркетинговая товарная политика на рынке СМС» по своему содержанию и оформлению, научной новизне результатов, уровню их обоснованности и достоверности, а также теоретической и практической ценности выводов и рекомендаций, соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, утвержденного Постановлением Совета Министров ДНР, а ее автор – Дегтярев Дмитрий Сергеевич – 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).

*Согласна на автоматизированную обработку персональных данных.*

Доктор наук по государственному управлению  
(по специальности 25.00.02 Механизмы государственного управления)  
доцент, профессор кафедры  
менеджмента строительных организации  
Государственного образовательного  
учреждения высшего профессионального  
образования «Донбасская национальная  
академия строительства и архитектуры»



Е.М. Вольская

286123, ДНР, г. Макеевка,  
ул. Державина, 2,  
Тел. +380 50 187-92-53  
e-mail: mso@donnasa.ru

*Подпись Вольской Е.М.  
Подтверждено*

*Лектор Оксана Сергеевна Швецова*