

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Ржесика Константина Адольфовича на тему «Маркетинговые исследования на рынке бытовой техники», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Важность объективной и достоверной оценки состояния и направлений развития деятельности предприятий приобретает в настоящее время особую актуальность. Это связано, в первую очередь, с потребностью бизнеса, собственников оценить перспективы дальнейшего существования хозяйствующего субъекта, выявить наличие резервов, скрытых возможностей и перспектив повышения эффективности маркетинговой деятельности и устойчивости предприятия в сложившихся сложных экономических условиях. Для обоснования стратегических маркетинговых решений, долгосрочного и краткосрочного планирования, определения тактики поведения с целью достижения успеха предприятию необходимо максимально полная и объективная информация как о рынке в целом, так и о потребительском восприятии продукции, что осуществляется в рамках проведения маркетинговых исследований.

В работе четко поставлены задачи исследования, что позволило обеспечить их реализацию через использование широкого теоретико-методологического аппарата и современных методов исследования.

Диссертация характеризуется четкостью постановки задач исследования, продуманной методологией и широтой примененных методов исследования, что позволило провести глубокие исследования и получить результаты, характеризующиеся научной новизной. На защиту автором вносятся тринадцать положений, имеющих научную новизну и практическую ценность для совершенствования процесса маркетинговых исследований на рынке бытовой техники.

Заслуживает внимания представленная в работе концептуальная модель маркетингового исследования, которая представлена как совокупность теоретического, методологического и практического блоков, учитывающая специфику маркетинговых исследований на рынке бытовой техники (стр. 11).

В работе определены этапы маркетингового анализа рынка бытовой техники, основанные на изучении инновационной составляющей процессов производства и продаж и выделении сегментов покупателей с учетом теории поколений в условиях развития интернет-пространства и роста интернет-покупок (стр. 15); проведена сегментация рынка бытовой техники на основе возрастного критерия в рамках теории поколений и представлена характеристика покупательского поведения (стр. 16); разработана система маркетинговых исследований, которая включает подсистему информационных ресурсов, подсистему информационных технологий и подсистему информационной инфраструктуры (стр. 18); предложена интегрированная модель оценки влияния внешней среды на состояние системы управления производством и реализацией бытовой техники (стр. 20).

Особо отметим предложенную автором концепцию киберпространственного маркетинга, который представляет собой информационную маркетинговую деятельность в виртуальном рыночном пространстве, направленную на удовлетворение потребностей потребителей в виртуальных товарах и услугах (стр. 27).

Однако в работе имеются отдельные дискуссионные положения:

- 1) в автореферате целесообразно было указать авторскую трактовку понятия «маркетинговые исследования», а также указать виды, формы и условия их проведения применительно к рынку бытовой техники;
- 2) в автореферате указаны научно-прикладные разработки и рекомендации, имеющие наибольшее практическое значение, обозначена практическая значимость полученных результатов для предприятий, а также констатировано, что предложения и рекомендации, разработанные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в практику деятельности

производственных и предпринимательских структур г. Донецка и Донецкой области (с указанием справок и актов внедрения). Однако при этом не конкретизировано, какие именно разработки автора внедрены в практику их деятельности.

Указанные замечания не снижают научной ценности диссертационной работы, выполненной, как свидетельствует автореферат, на достаточно высоком теоретико-методическом уровне. Диссертация соответствует требованиям Высшей Аттестационной Комиссии Донецкой Народной Республики, предъявляемым к докторским диссертациям, и ее автор Ржесик Константин Адольфович заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Барышникова Леля Петровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности 08.00.03 – Экономика и управление национальным хозяйством, доцент, проректор по учебной работе, заведующая кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и Государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

 Л.П. Барышникова

Подпись Барышниковой Л.П. заверяю
Начальник отдела кадров: Т.А. Богачева



Контактные данные:

283015, ДНР, г. Донецк

Ул. Челюскинцев, 163А (учебный корпус № 1, к. 103)

тел.: +38(062) 337-69-86

e-mail: proector_baryshnikova@donampa.ru

сайт организации: <https://donampa.ru/>