

О Т З Ы В

на автореферат диссертационной работы

Ржесика Константина Адольфовича

на тему **«Маркетинговые исследования на рынке бытовой техники»**,
представленную 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)

Рынок бытовой техники Донецкой Народной Республики является одним из наиболее значимых и динамично развивающимся сектором экономики республики. Современные информационные технологии оказывают влияние на поведение производителей и потребителей, задают вектор тенденций и перспектив развития рынка бытовой техники. В этих условиях выход на рынок новой продукции становится все сложнее, поэтому операторам рынка бытовой техники необходимо постоянно анализировать свое положение на рынке, изучать предпочтения потребителей в вопросах выбора бытовой техники.

В связи с этим разработка теоретико-методологических основ и методического обеспечения организации и проведения маркетинговых исследований рынка бытовой техники, как способа повышения качества и эффективности сбыта и продвижения бытовой техники, является весьма актуальным, нужным и своевременным научно-прикладным заданием.

Решение научно-прикладной задачи, а именно: обоснование и разработка теоретико-методологических положений, методических и практических основ маркетинговых исследований на рынке бытовой техники будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятий.

Считаем, что такие исследования должны стать основой для прогнозирования тенденций развития рынка бытовой техники в условиях цифровой трансформации.

Отметим, что диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках госбюджетных тем: № Д-2017-1 «Потребительский рынок Донбасса: мониторинг, стратегии, перспективы», в рамках которой усовершенствованы научные подходы к процессу маркетингового исследования; №Д-2017-12-2 «Развитие сферы услуг в нестабильной рыночной среде», в которой соискателем освещены научно-прикладные основы управления маркетинговыми исследованиями с теоретических, методологических, аналитических, концептуальных и практических позиций.

Поступивший на рецензию автореферат имеет четкую, логичную структуру, последовательно раскрывающую исследуемую проблему, что позволяет получить представление о содержании диссертации. Научные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертационной работе, достаточно логичны и содержательны. Они изложены на должном теоретическом, методологическом и методическом уровнях с

использованием современных научных концепций маркетинговых исследований. При этом были использованы фундаментальные положения экономической науки, научные работы ученых-экономистов, нормативно-правовые акты Донецкой Народной Республики.

Результаты исследования отвечают и согласуются с заявленными задачами, решение которых находит свое отражение в положениях научной новизны.

Результаты исследования и научные положения в достаточной степени апробированы. Они докладывались на 10 конференциях различного уровня, а также опубликованы в профессиональных научных изданиях Российской Федерации; научных периодических изданиях Донецкой Народной Республики, монографиях. Четкая последовательность постановки и решения задач в соответствии с целью исследования является подтверждением научной аргументированности и обоснованности положений диссертации.

К наиболее интересным результатам, полученным автором, обладающие научной, теоретической и практической значимостью, на наш взгляд, можно отнести следующие результаты: методические подходы к оценке воздействия факторов внешней среды на состояние и тенденции развития рынка бытовой техники; методология проведения маркетинговых исследований рынка бытовой техники; характеристика покупательского поведения на рынке бытовой техники в соответствии с теорией поколений X, Y, Z; научно-практические рекомендации по реализации маркетинговых мероприятий в условиях развития интернет-продаж бытовой техники; модификация основных элементов комплекса маркетинг-микс в условиях киберпространства, а также схема анализа потребностей клиентов в доставке бытовой техники и внесения изменений в логистику транспортных перевозок; прогноз развития рынка бытовой техники.

Вызывает научный интерес предложенная концепция киберпространственного маркетинга, которая рассматривается как система научно обоснованных принципов (интерактивность, адаптивность, индивидуализация, гибкость, инновационность), функций (маркетинговые исследования, маркетинговые процессы производства и сбыта бытовой техники, использование специфического инструментария), информационно-телекоммуникационных и виртуальных технологий, которая при отсутствии территориальных и временных ограничений позволит предприятиям, выпускающим бытовую технику, не только приспособиться к работе в новых условиях, но и значительно расширить свои возможности производства и сбыта продукции.

Положительно следует отметить также научно-методологический подход к сбору и обработке информации в маркетинговом исследовании на рынке бытовой техники, который, в отличие от существующих, обусловлен изменяющимися рыночными условиями и учитывает реакцию системы (чувствительность системы к влиянию факторов, селективность, приспособляемость, полнота, достоверность, устойчивость, мобильность, категоричность, интенсивность) на воздействие отдельных факторов

внешней среды рынка бытовой техники, что позволит обеспечить получение актуальной, своевременной и релевантной информации для принятия обоснованных управленческих решений;

Достоверность и обоснованность научно-прикладных разработок, выводов и рекомендаций диссертанта подтверждается полученными результатами, а также в результате применения таких методов, как: анализа и синтеза, сравнения, индукции и дедукции.

Все вышесказанное дает основание положительно оценить научный потенциал Ржесика Константина Адольфовича, в частности по содержательности вынесенных на защиту элементов научной новизны диссертации и весомости приводимых в диссертации методологических основ для подобных исследований в области маркетинговых исследований.

В целом работа произвела благоприятное впечатление, в ней действительно присутствует комплексный подход к решению поставленной задачи, но вместе с тем, автор уделяет много внимания проблемам прикладного характера.

Среди дискуссионных моментов данной научной работы считаем уместным отметить следующие:

1. Из разработанных автором теоретико-методологических основ маркетинговых исследований на рынке бытовой техники не в полной мере понятно посредством чего достигается заявленное повышение качества сбыта и определяются благоприятные условия развития предприятий на рынке бытовой техники.

2. Из автореферата не ясно, для какого государства (республики, страны) автором были выявлены особенности развития бытовой техники, определены системы факторов, определяющие динамичное развитие рынка бытовой техники, обобщены основные его тенденции.

3. В таблице 1 приведена классификация бытовой техники, которая автором дополнена классификационным признаком «по бренду» (в научной новизне отмечено, что указанная «единая классификация бытовой техники» получила дальнейшее развитие), однако не совсем понятно, зачем выделять указанный критерий и как это «позволяет учитывать бренд и имидж производителя бытовой техники»;

4. На рисунке 3 приведены этапы маркетингового исследования, а в дальнейших разделах диссертации обосновывается проведение маркетингового анализа (приведены основные этапы на рисунке 4), однако не отображена взаимосвязь маркетинговых исследований и анализа.

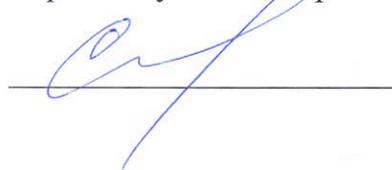
5. Маркетинговое исследование включает сбор, обработку, хранение и систематизацию информации, а маркетинговый анализ предполагает оценку, объяснение, моделирование и прогноз процессов и явлений. Но нигде не показана взаимосвязь этих понятий.

Указанные замечания не влияют на значимость проведенного диссертационного исследования и полученных автором практических результатов.

Актуальность, научная новизна, теоретическая и практическая

значимость проведенного исследования дают основания сделать вывод о том, что диссертационная работа Ржесика Константина Адольфовича на тему «Маркетинговые исследования на рынке бытовой техники» отвечает требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Соловьева Екатерина Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.



Заведующий кафедрой технологии,
организации, экономики строительства и
управления недвижимостью
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
технологический университет»,
доктор экономических наук
(08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством),
профессор



Соловьева Екатерина Владимировна

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
технологический университет»

Почтовый адрес: 350072, Россия, Краснодарский край
г. Краснодар, ул. Московская, д. 2.

Тел. +7 (861) 255-96-27.

E-mail: soloveisolovei008@yandex.ru.

Сайт организации: <https://kubstu.ru>.



Соловьевой Е.В.

Подпись _____ удостоверяю

Начальник отдела
кадров сотрудников

Руссу Е.И. Руссу
01 06 20 21 г.