

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию Ворониной Елены Львовны на тему «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Актуальность темы диссертации

Легкая промышленность занимает одну из наиболее значимых позиций в экономическом развитии и социальном обеспечении Донецкой Народной Республики и требует разработки стратегических и маркетинговых ориентиров для ее развития. Вместе с тем, негативное воздействие факторов, включающих отсутствие заинтересованности в функциональном взаимодействии со стороны предприятий смежных отраслей, отсутствие четких определений и направлений государственного регулирования в действующем законодательстве Республики, неразработанность конкретных форм и механизмов содействия органов государственной власти, наличие статуса непризнанной Республики, обусловило возникновение ряда проблем в легкой промышленности, которые выходят далеко за рамки отраслевых. Для их решения необходимо стратегическое осмысление ситуации, формирование новых целостных подходов и методов анализа ситуации как внутри отрасли, так и межотраслевых взаимодействий предприятий различных форм собственности с учетом особенностей их функционирования.

Это обуславливает необходимость поиска резервов эффективного функционирования и устойчивого развития предприятий легкой промышленности на основе использования маркетинговых активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в условиях наличия статуса неопределенности и экономической блокады Республики.

Несмотря на активизацию исследований в области формирования маркетинговых основ межотраслевой и отраслевой кооперации, концепция формирования маркетинговых активы продолжает оставаться малоизученной. Это связано с отсутствием современной методологии

управления ключевыми активами предприятий, в качестве которых выступают, прежде всего, маркетинговые активы. В частности, нуждаются в теоретическом обосновании механизм формирования маркетинговых активов предприятий, методический подход комплексного использования маркетинговых активов в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации. Необходимость разработки указанных проблемных вопросов и решения научных задач, лежащих в области исследования, предопределило актуальность данной работы.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций

Диссертационная работа Ворониной Елены Львовны на тему «Формирование маркетинговых активов в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности» отличается самостоятельностью и законченностью, аргументированностью основных научных положений. Обоснованность научных результатов, выводов и рекомендаций подтверждается использованием спектра общенаучных и специальных методов исследования на разных этапах его проведения, а именно: методов теоретического обобщения, индукции, дедукции, логического и системного анализа; экспертных оценок, анкетирования, технико-экономического, экономико-статистического и финансового анализа, математической статистики; методов экономико-статистического анализа; SWOT-анализа, методов прогнозирования.

В качестве достоинства работы следует также отметить ее информационную основу. Автором обработан значительный объем информации, характеризующей состояние и динамику развития легкой промышленности в Донецкой Народной Республике.

Автором использованы комплексный и системный подходы к решению проблемы формирования маркетинговых активов в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации, на основе которых разработана концепция стратегического развития легкой промышленности, позволяющая обеспечить производство новых видов продукции, ноу-хау, обеспечение энерго-,

ресурсосбережений, экологической безопасности производства и продукции, экономическое стимулирование инновационной активности хозяйствующих субъектов и их работников.

Определенные и сформулированные в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют выбранной теме диссертации. В работе содержится достаточно подробный анализ и критическая оценка научных взглядов отечественных и зарубежных ученых, статистических и нормативных источников информации.

Практическое значение диссертационной работы заключается в разработке конкретных рекомендаций, методик и предложений, которые будут способствовать принятию решений, обеспечивающих эффективное и устойчивое развитие предприятий сферы легкой промышленности.

По результатам исследования автором опубликовано 12 научных работ, среди которых одна коллективная монография, 6 статей в специализированных научных изданиях, 5 публикаций апробационного характера. Общий объем публикаций – 4,3 печ.л., из которых 3,6 печ.л. принадлежат лично автору.

Стиль изложения материалов исследования, научных положений, выводов и рекомендаций отличается логичностью и обеспечивает доступность восприятия. Исследование имеет концептуальный и прикладной характер, что характерно для научной работы.

Вышесказанное дает основание констатировать, что данная работа является логически завершенным исследованием, которое характеризуется широкой постановкой задач, оригинальностью подходов к их решению, глубокой обоснованностью выводов и рекомендаций. Опубликованные научные работы и автореферат диссертации объективно и в полной мере раскрывают основные положения диссертационной работы, полученные научные результаты, выводы и рекомендации, вынесенные на защиту, исчерпывающе характеризует цель, задачи, объект и предмет диссертационной работы.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций

Полученные в диссертации научные результаты в совокупности решают актуальную задачу использования маркетинговых активов развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности, имеющую важное значение для развития экономики Республики. Последовательность и логика обоснования научных положений представлены в трех разделах работы. Структурное построение диссертации обусловлено ее логикой, с которой можно согласиться, поскольку она отвечает принятому подходу к построению диссертационных работ на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

В первом разделе диссертации исследованы теоретические аспекты и понятийный аппарат межотраслевой и отраслевой кооперации и интеграционных процессов; изучен исторический опыт и обоснована необходимость интеграции и кооперации в развитии предприятий легкой промышленности, как основного фактора инновационной активности отрасли; выделены маркетинговые активы, необходимые для устойчивого функционирования предприятий, и обозначена их роль в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации.

Положительно следует отметить уточнение понятийно-категориального аппарата относительно понятий «кооперация» и «интеграция» как объективных экономических категорий, которые существуют и развиваются на основе экономических законов и закономерностей и выступают одновременно целью, задачами и результатами направленной деятельности в сфере легкой промышленности.

На основе обобщения научной литературы автор делает вывод, что для предприятий легкой промышленности крайне важна идентификация маркетинговых активов, а грамотное планомерное их формирование и использование при государственной поддержке развития этих процессов позволит существенно повысить конкурентоспособность, и, соответственно, увеличить прибыльность предприятий.

Вызывает научный интерес предложенная автором классификация

маркетинговых активов, которая расширена за счет определения направлений их использования в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации. Автор указывает на значимость маркетинговых нематериальных активов, что обусловлено быстротой и масштабами технологических изменений, распространением информационных технологий, активной инвестиционной деятельностью, развитием интеграционных связей в промышленности.

Во втором разделе работы изучено состояние и основные направления развития сферы лёгкой промышленности в Донецкой Народной Республике. Автором проведен мониторинг и анализ хозяйственной деятельности предприятий легкой промышленности, что позволило определить основные проблемы развития отрасли легкой промышленности на территории с непризнанным статусом, а также определить перспективные направления по повышению эффективности развития предприятий легкой промышленности в условиях полной изоляции экономики Республики.

На основании изучения структурных особенностей предприятий сферы легкой промышленности Донецкой Народной Республики выявлены основные причины неразвитости кооперации, определены базовые требования к участникам промышленной кооперации, указаны инструменты реализации внутриреспубликанской производственной кооперации, а также рассмотрены возможности использования субконтрактинга для оптимизации производственных процессов.

Положительно следует оценить рассмотренные в работе формы кооперативно-интеграционного переустройства на предприятиях легкой промышленности с целью повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования, направленной на создание кооперативных и интеграционных вертикально-горизонтальных объединений.

В третьем разделе диссертационной работы проведена апробация комплекса мероприятий, предусмотренных Концепцией развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики на предприятиях легкой промышленности.

С этой целью обосновано формирование маркетинговых активов с

целью повышения эффективности развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности.

Научной новизной отличается предложенный автором механизм формирования маркетинговых активов, необходимых для устойчивого функционирования предприятий, который учитывает специфику сферы легкой промышленности (приближенность к процессу конечного массового потребления и глубокой рыночной ориентированности данной отрасли в условиях экономической изолированности территории).

Положительно следует также отметить разработанную модель стратегического развития отрасли «Стратегии - 2023», предполагающую формирование комплекса условий по обеспечению функциональности предприятий и развитию предпринимательства для полноценного насыщения внутреннего рынка товарами отечественных производителей и упразднения его зависимости от импорта текстильных, швейных и обувных изделий.

Диссертационная работа содержит обоснованные и четкие выводы, закономерно обобщающие результаты исследования. Основные результаты исследования представлены в заключении. Результаты исследования, выносимые на защиту, согласуются с рядом достаточно известных эмпирических исследований и экспериментальных данных в рассматриваемой области, что подтверждает их достоверность.

Замечания.

Подчеркивая важность проведенного исследования, отмечая его положительные стороны и оригинальный подход к решению поставленных в работе проблем, необходимо остановиться на отдельных дискуссионных моментах, которые нуждаются в дополнительной аргументации:

1. В первом разделе работы целесообразно было при рассмотрении межотраслевой и отраслевой кооперации уделить внимание развитию сотрудничества и стратегического партнерства в сфере легкой промышленности как видам маркетинговых активов предприятий.

2. В рассмотренной автором структуре рисков легкой промышленности Донецкой Народной Республики требует дополнительного обоснования

принцип разделения рисков на внутренние и внешние. Вызывает вопрос, почему в качестве внешних рисков не рассматриваются макрориски, связанные с влиянием политико-правовых, экономических и технологических факторов.

3. Дискуссионным является утверждение автора о том, что в ДНР на многих предприятиях фактически отсутствует физическая сеть распределения продукции, как один из активов маркетинга, связанный с цепочками поставок или каналами распределения. Да, с начала ведения военных действий практически на всех предприятиях была разрушена система распределения продукции, но за время существования Республики она начала формироваться заново, поэтому можно говорить о том, что она слабая, недостаточно развита, но она есть.

4. В третьем разделе работы автором предложена модель управления маркетинговыми активами предприятий легкой промышленности, основанная на построении цепочки продуктивности (результативности), при рассмотрении основных положений которой автор указывает, что «...для согласования краткосрочных и долгосрочных результатов маркетинга его активы рекомендуется оценивать в трех измерениях: текущая стоимость, ожидаемая будущая стоимость и величина риска». Работа существенно выиграла при представлении результатов такой оценки.

5. При формировании маркетинговых активов развития межотраслевой и отраслевой кооперации целесообразно было рассмотреть возможности создания вертикальных маркетинговых структур в сфере легкой промышленности.

Тем не менее, имеющиеся в работе дискуссионные положения и замечания не умаляют теоретической и практической значимости представленной диссертационной работы, которую в целом можно оценить положительно.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным

п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней

Диссертация Ворониной Е.Л. по содержанию, логике и структуре

является завершенной, самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой на актуальную тему. Ее проблематика и уровень выполнения соответствуют требованиям времени. Стиль изложения материала характеризуется логичностью и последовательностью, наличием четких выводов по каждому разделу и в целом по результатам проведенного исследования.

Тема и содержание диссертации соответствует паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг). Диссертация содержит вынесенные на публичную защиту теоретические обобщения, аналитические разработки, выводы и предложения, которые соответствуют общественным потребностям и служат развитию маркетинга как науки. Основные положения диссертации, вынесенные на защиту, содержат элементы научной новизны.

Таким образом, диссертация на тему: «Формирование маркетинговых активов в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности» соответствует п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор – Воронина Екатерина Львовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Петенко Ирина Валентиновна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент,
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет»



И.В. Петенко

Контактные данные:
283015, ДНР, г.Донецк
ул. Челюскинцев, 186,
тел. +380 62 302 09 71
e-mail: donnu.ecf@mail.ru

ПОДПИСЬ

ЗАВЕРЯЮ



СЕКРЕТАРЬ

ИВАЛЬЧЕНКО