

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научной работе
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский
федеральный университет», доктор
технических наук, профессор



И.А. Евдокимов

2015 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации на диссертационную работу **Сушко Надежды Александровны** на тему: «Разработка маркетинговой стратегии восстановления и развития рыбного хозяйства», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

Актуальность темы диссертационного исследования. В условиях возрастающей роли маркетинговых исследований определена недостаточность теоретической разработанности вопросов применения стратегического маркетинга на предприятиях рыбного хозяйства. Выбранная диссертантом тема представляет интерес не только для специалистов в данной области знаний, но и для руководителей предприятий отрасли и других хозяйствующих субъектов рыбохозяйственного комплекса.

Основное внимание в работе уделено исследованию роли стратегического маркетинга в решении проблем совершенствования управления рыбного хозяйства, влияющей в итоге на повышение эффективности деятельности, как отдельных предприятий, так и всей отрасли, что положительно отражается на доходной части бюджетов разных уровней. Таким образом, тема исследования является актуальной и заслуживает детального рассмотрения.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации. Достаточная обоснованность научных положений и выводов диссертационного исследования обеспечивается использованием в качестве исходной теоретической базы фундаментальных трудов отечественных и зарубежных ученых в области стратегического маркетинга, отраслевого управления на основе принципов государственного и рыночного регулирования.

В работе использованы различные методы, в том числе: индексный, экономико-статистический, экономического анализа, маркетингового опроса, сценарного прогнозирования, моделирования, корреляционно-регрессионный, имитационного моделирования в рамках разработки маркетинговой стратегии восстановления и развития рыбного хозяйства Республики Крым.

Информационно-документальной базой исследования послужили публикации отечественных и зарубежных учёных по проблемам маркетинга; информационные материалы сектора рыбного хозяйства Министерства аграрной политики и продовольствия Автономной Республики Крым; нормативно-законодательные акты по регулированию рыбного хозяйства Республики Крым; официальные данные Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым; финансовая отчетность рыбохозяйственных предприятий Республики Крым; материалы научных периодических изданий и ресурсы Интернета, а также исследования, выполненные автором.

В качестве объекта исследования выступают отраслевые особенности предприятий рыбного хозяйства Республики Крым в рамках маркетинговой деятельности. Предметом исследования является совокупность теоретических, методических и практических основ маркетинговых исследований взаимодействия спроса и предложения на рынке рыбопродукции.

Структура и содержание исследования. По структуре работа выполнена в традиционном формате и состоит из введения, трёх глав, девяти параграфов, заключения, списка использованных источников, насчитывающего 159 наименований.

Содержание диссертационной работы последовательно и логично. Цель диссертационной работы потребовала постановки и решения ряда конкретных задач по разработке маркетинговой стратегии для восстановления и развития рыбного хозяйства Республики Крым.

В первой главе «Теоретические особенности использования маркетинговых инструментов в управлении отраслью» сделан вывод о достижении эффективного функционирования и развития рыбной отрасли только путем сочетания механизмов управления и осуществлением преобразований в системе институтов государственного регулирования хозяйственного комплекса. Разработаны подходы к стратегическому управлению, соблюдение которых позволит обеспечить поэтапное развитие отрасли по запланированной программе.

В качестве основных принципов стратегического маркетинга автором выделены: индивидуальный подход, сопоставление, непрерывность анализа, обеспечение конкурентоспособности, прогнозируемость, сегментация, рациональность, стратегичность, гармоничность.

Во второй главе «Характеристика спроса и предложения на рынке рыбной продукции в Республике Крым» рассмотрен генезис и сложившиеся тенденции функционирования рыбного хозяйства, выявлены позитивные и негативные факторы, влияющие на развитие отрасли, определена роль маркетинга как инструмента стратегического управления рыбным хозяйством.

Проведен анализ рынка рыбной продукции, который показал общую тенденцию сокращения вылова и в целом деградацию рыбного хозяйства Республики Крым, что обусловлено оскудением запасов рыбного сырья в зоне промышленного лова, ухудшением состояния основных фондов

рыбного хозяйства, неэффективным менеджментом в рыбном хозяйстве. На основе проведенного автором анкетирования 556 жителей разных районов Крыма проанализированы основные факторы формирования спроса на рыбную продукцию.

Результаты исследования показали, что спрос в Крыму формируется в основном под воздействием цены и наличия рыбной продукции в продаже. При этом, колебание цены от низкой к средней не вызывает значительных изменений в величине спроса, а переход к высокой цене может привести к уменьшению потребления рыбы. Потребитель, удовлетворяя свои потребности в рыбном продукте, в большинстве случаев не задумывается о стране происхождения товара.

С целью изучения предложения на рынке рыбной продукции автором был проведен опрос руководителей 43 субъектов хозяйствования Республики Крым, позволивший выявить влияние фактора наличия или отсутствия маркетинговой деятельности предприятия на его эффективность. Установлено, что предприятия, использующие в процессе своей деятельности инструменты маркетинга, характеризуются как рентабельные и высокорентабельные, тогда как отказ от их использования приводит к низкорентабельной деятельности субъектов рыбного хозяйства.

В третьей главе «Направления совершенствования отраслевого регулирования на основе подходов стратегического маркетинга» автором спроецирована динамика основных показателей развития рыбного хозяйства для оценки его состояния и определения глубины проявляющихся кризисных явлений и обосновывается утверждение, что рыбное хозяйство находилось в фазе кризиса (в краткосрочном аспекте) или в фазе депрессии (в долгосрочном аспекте) и нуждается в разработке маркетинговой стратегии выхода из сложившейся ситуации для достижения гарантированного обеспечения продовольственной безопасности Республики Крым.

С целью разработки маркетинговой стратегии восстановления рыбного хозяйства Республики Крым с последующим ее развитием автором

рассмотрены параметры сегментации регионального рынка рыбной продукции, выделены факторы и показатели, интегрирующие товарную, ценовую и стратегии продвижения и распределения.

С использованием данной модели составлен прогноз развития отрасли по трем различным вариантам с использованием метода экстраполяции.

Новизна результатов исследования, полученных лично автором. Достоверность и новизна научных положений и выводов, изложенных в диссертации, обеспечены ее логическим построением, использованным методическим аппаратом, соответствующим целям и задачам работы. Представленные результаты не только научно обоснованы, но и практически применимы на предприятиях рыбного хозяйства Республики Крым и апробированы на ОАО «Керченский рыбокомбинат».

Обозначенные автором цель и задачи, как основные ориентиры проводимого исследования, были достигнуты. В процессе реализации диссертационного исследования автором получены результаты, обладающие научной новизной:

- определены факторы для изучения спроса на рыбную продукцию, которые позволяют оценить особенности формирования спроса на нее в регионе, включающие наличие продукта в продаже, удобство расположения торговой точки и наиболее популярное место приобретения продукта;

- предложена методика оценки эффективности применения маркетинга на предприятиях рыбного хозяйства с целью выявления взаимозависимых факторов, среди которых приближенность предприятия к морю, численность штата маркетологов, частота исследования рынка и предпочтений потребителей;

- разработана многопараметрическая модель стратегической сегментации регионального рынка рыбной продукции, направленная на совершенствование маркетинговой деятельности и контроля предприятиями рыбного хозяйства в условиях адаптации к факторам

внешней среды;

– подготовлена и научно подтверждена интегрированная маркетинговая стратегия восстановления и развития рыбного хозяйства Республики Крым, рассматривающая в комплексе товарную, ценовую и стратегии продвижения и распределения и, предполагающая минимизацию фактора сезонности, организацию системы хранения добытой рыбы, осуществления лова в прибрежных зонах других государств и в открытой части Мирового океана, искусственного выращивания рыбы, переориентацию потребителя в сторону отечественного продукта для выработки нового стереотипа причинно-следственных связей «отечественное – значит качественное», активное участие государства.

Оценка содержания диссертации, ее завершенности, подтверждение публикации автора. Представленная диссертационная работа представляет собой завершенное по содержанию, по постановке и решению задач исследование.

В диссертации соблюдены следующие принципы соответствия: полученных результатов поставленной цели и задачам; содержания автореферата содержанию диссертации; содержания диссертации содержанию опубликованных работ; темы диссертации заявленной научной специальности.

Наряду с отмеченными достоинствами диссертационной работы, вместе с тем, следует остановиться на **ее недостатках, упущениях и дискуссионных моментах:**

1. При исследовании теоретических положений диссертации автор, анализируя подходы отечественных и зарубежных ученых не всегда дает собственные авторские суждения о проблеме.

2. Представленные результаты исследования хозяйствующих субъектов рыбной отрасли Республики Крым не отражают зависимости эффективности использования инструментов маркетинга в развитии предприятий различных форм и видов деятельности.

3. Разработанная автором многопараметрическая модель стратегической сегментации регионального рынка рыбной продукции при циклическом развитии отрасли не учитывает влияния макро-факторов.

4. Указывая в первой главе, что эффективное функционирование и развитие рыбной отрасли достигается путем сочетания механизмов управления и осуществления преобразований в системе институтов государственного регулирования, автор в предложенной модели маркетинговой стратегии не отразил эту роль государственных институтов в восстановлении и развитии рыбного хозяйства.

5. Предложенная интегрированная маркетинговая стратегия развития рыбного хозяйства не учитывает производственные мощности предприятий отрасли.

6. Разработанная автором стратегия восстановления и развития рыбного хозяйства не предусматривает необходимости и периодичности проведения маркетинговых исследований.

7. В диссертационной работе и автореферате не изложены рекомендации и перспективы дальнейшей разработки темы (пп. 5.3.3 и 9.2.3 ГОСТ Р 7.0.11-2011 «СИБИД. Диссертация и автореферат диссертации. Структура и правила оформления»).

8. В диссертационной работе встречаются некорректные выражения (стр. 57, 65, 73 и др.), опечатки, отдельные несоответствия требованиям нормативных документов к оформлению данного вида работ, в частности п. 5.6.7 ГОСТ Р 7.0.11-2011 «СИБИД. Диссертация и автореферат диссертации. Структура и правила оформления».

Однако важно заметить, что отмеченные недостатки не снижают общей положительной оценки диссертационного исследования.

Рекомендации по использованию полученных результатов и выводов. Теоретическая значимость данной работы состоит в развитии представлений о возможностях применения маркетингового подхода к стратегическому планированию на предприятиях рыбного хозяйства.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в разработке автором инструментов по применению основных положений диссертации в восстановлении и развитии рыбного хозяйства. Ряд теоретических и методических положений могут быть использованы в учебном процессе при изучении дисциплин «Маркетинговый анализ», «Основы маркетинга».

Общее заключение. Основываясь на положительной оценке работы, актуальности, новизне исследования, принимая во внимание личный вклад автора в разработку данной проблемы, можно считать, что диссертантом актуализирована задача внедрения маркетинговой стратегии восстановления и развития рыбного хозяйства на основе стратегической сегментации регионального рынка рыбной продукции. Исследование выполнено в рамках специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг (п. 9.7 «Методы и технологии проведения маркетинговых исследований», п. 9.12 «Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге»). Диссертационная работа соответствует п. 9 Постановления Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней» № 842 от 24 сентября 2013 г., представляет собой целостное, логичное, самостоятельное и завершённое исследование, основные выводы автора в достаточной степени обоснованы.

Опубликованные по теме исследования работы и автореферат отражают основные положения диссертации.

Диссертационная работа Сушко Надежды Александровны «Маркетинговая стратегия восстановления и развития рыбного хозяйства» соответствует требованиям п. п. 9 и 10 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842 (в ред. от 30.07.2014 г.), а ее автор заслуживает присуждения ей искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление

народным хозяйством: маркетинг.

Отзыв подготовлен доктором сельскохозяйственных наук, доцентом, доцентом кафедры товароведения и таможенного дела Кочкаровым Рашидом Хасанбиевичем, кандидатом экономических наук, доцентом, доцентом кафедры товароведения и таможенного дела Оразалиевым Артуром Абдулхамидовичем, кандидатом экономических наук, доцентом, доцентом кафедры товароведения и таможенного дела Масленниковой Натальей Владимировной.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры товароведения и таможенного дела «31» марта 2015 г., протокол № 8.

Присутствовало на заседании 12 чел. В обсуждении приняли участие: 6 чел.

Результаты голосования: «за» - 12 чел., «против» - 0 чел., «воздержалось» - 0 чел.

Заведующий кафедрой товароведения
и таможенного дела
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский
федеральный университет»,
доктор экономических наук, доцент



А.В. Кравченко

ПОДПИСЬ УДОСТОВЕРЯЮ:
Заместитель начальника
управления кадровой политики -
начальник отдела
по работе с сотрудниками

Кравченко Александр Викторович
Почтовый адрес: 355000, г. Ставрополь, ул. М. Жукова, д. 9
Телефон: 8 (8652) 23-45-16
Адрес электронной почты: skfu_ttd@mail.ru

