

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

доктора экономических наук, доцента Толстякова Романа Рашидовича на диссертацию Ковалевой Елены Ивановны «Оценка востребованности новых продуктов и торговой привлекательности региональных рынков сбыта», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности: 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена прежде всего следующими обстоятельствами.

С одной стороны, в настоящий период времени не только крупные предприятия, но средние и мелкие компании, ориентируясь на мировой опыт, стремятся построить максимально широкую систему сбыта, делая свою продукцию доступной покупателям в каждой точке продаж. К тому же наблюдаемые сегодня тенденции консолидации (от производителей и поставщиков до посредников и розничных компаний) приводят к необходимости формирования таких стратегий развития компании, которая предполагает территориальное расширение бизнесов, экспансию в регионы в целях поиска новых географических рынков.

С другой стороны, результаты анализа российского рынка торговли свидетельствуют о том, регионы России уже готовы для роста во всех товарных категориях, а осуществление сбыта в них – стратегически важное направление развития в долгосрочной перспективе.

Вывод продукции на новые региональные рынки производители предполагает выполнение несколько этапов, одним из ключевых которых является выбор региональных рынков, предусматривающий их диагностику и оценку привлекательности. Однако поскольку масштабное построение сбыта на региональных рынках российскими компаниями длится около десяти лет, име-

ются пробелы в методическом обеспечении реализации данного этапа принятия решения о выходе на новые региональные рынки сбыта.

Другой важной проблемой, с необходимостью решения которой сталкиваются ориентированные на развитие компании, является проблема формирования ассортиментного портфеля и рациональное обновление его структуры. В силу очевидных причин, одна из которых – отсутствие на момент принятия решения о выводе на рынок нового товара статистической информации, наиболее трудным этапом решения этой задачи является оценка востребованности нового продукта.

Диссертационное исследование Ковалевой Е.И. содержит оригинальные подходы к оцениванию и привлекательности новых региональных рынков сбыта, и востребованности нового продукта, отличающиеся, в частности, широким использованием экономико-математического аппарата прогнозирования, что снижает риски принятия неверного решения и экономит затраты на проведение широкомасштабных маркетинговых исследований.

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций. В связи с этим необходимо отметить, что диссертационное исследование Ковалевой Е.И. характеризуется четким логическим построением. Заслуживает высокой оценки выбор методологических основ исследования, сделанный диссертантом. В диссертации выполнен весьма тщательный анализ существующих методов, перечень которых включает практически все фундаментальные работы в направлении оценки торговой привлекательности и перспектив сбыта нового продукта. Соискатель проводит анализ того, что уже наработано другими авторами, определяет недостатки и ищет новые возможности совершенствования их подходов. В этом смысле примечательны табл. 1.2 (с. 32-33), табл. 1.10 (с. 41), табл. 2.1 (с. 54-56), рис. 2.3 (с. 67).

Анализ значительного количества библиографических источников, нашедший отражение в конкретных ссылках на изученные материалы, широкое использование методов экономико-математического моделирования, а также проведение корректных расчетов в рамках вычислительных экспери-

ментов с предложенными методиками обеспечили достижение необходимого уровня обоснованности и достоверности научных выводов и положений, касающихся практических возможностей повышения надежности маркетинговых решений.

Заметим, что верификация методик обоснования обновления ассортимента и оценки торговой привлекательности потенциальных региональных рынков сбыта осуществлялась с использованием статистико-эмпирической базы исследования, сформированной на основе данных, полученных, по преимуществу, от федеральной службы государственной статистики. Эти данные были обработаны с использованием современного программно-инструментальных средств табличного процессора MS Excel и пакета STATISTICA.

Результаты диссертационного исследования прошли успешную апробацию в форме научных докладов автора на различных конференциях разного уровня, что служит еще одним подтверждением их обоснованности и достоверности.

Научная новизна диссертационного исследования в концептуальном смысле состоит в разработке таких методических положений, использование которых в практической деятельности компаний обеспечивает повышения точности и надежности оценки востребованности нового продукта и привлекательности нового рынка сбыта за счет комбинированного использования аппарата экономико-математического моделирования и прогнозирования, а также процедур экспертного оценивания.

В таком контексте следует отметить два наиболее ярких и важных результата, полученных соискателем. Первый – это авторская методика обоснования обновления ассортимента предприятия, позволяющая снизить величину общего уровня риска, связанного с формированием ассортимента и обязательным этапом которой является оценка востребованности нового продукта (стр. 89-107).

Второй результат, заслуживающий пристального внимания, – это авторская методика оценки торговой привлекательности регионов (стр. 108-125).

Данная методика значительной степени свободная от основных недостатков, присущих существующим методикам (использование показателей, доступ к которым затруднен или они отсутствуют в свободном доступе; в некоторых методиках применяется явно недостаточное количество факторов для полноценного анализа, в других же – набор факторов излишне велик; широкое использование экспертных оценок) и позволяющая повысить степень обоснованности и надежности решений, принимаемых руководством компаний относительно выхода на новые региональные рынки сбыта.

Теоретическая и практическая и значимость работы. Достаточная для уровня диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук теоретическая значимость полученных Е.И. Ковалевой результатов исследования обусловлена содержащимся в диссертации рядом углубленных теоретико-методических представлений о структуре маркетинговой информационной системе компании, об оценке перспектив сбыта на региональных рынках и целесообразности включения в ассортиментный портфель предприятия того или иного нового продукта. Эти положения могут быть использованы для дальнейшего развития теории сбытовой деятельности торговых компаний.

Диссертант формулирует в исследовании ряд подходов, позволяющих более обстоятельно эксплицировать нетривиальный инструментарий экономико-математического моделирования в маркетинге сбыта.

Оценивая практическую значимость диссертации Ковалевой Е.И., считаю необходимым обратить внимание на тот положительный факт, что все разработанные соискателем подходы, процедуры, методики были верифицированы. Результаты верификации приводятся по каждой из разработанных методик. Это, с одной стороны, способствует лучшему пониманию логики расчетов, предусмотренных соответствующей методикой, а с другой, – свидетельствует о возможности практического использования разработанного

инструментария оценивания торговой привлекательности региональных рынков сбыта и обоснования решений относительно обновления ассортимента компании.

Прикладное значение результатов исследования состоит в том, что разработанные автором методики и рекомендации по их использованию могут применяться для решения достаточно большого круга задач, таких как преференция условий ведения бизнеса, организация эффективной системы управления продажами, совершенствования процесса продвижения, формирование рациональной структуры ассортимента компании.

Недостатки работы. Несмотря на все указанные выше достоинства и высокий уровень научно-практической разработки проблематики исследования, проведенной Ковалевой Е.И. , в диссертационной работе содержится ряд дискуссионных положений и вопросов, требующих дополнительного уточнения и обоснования.

1. По замыслу автора, в предлагаемая маркетинговой информационной системе компании необходимо предусмотреть подсистему мониторинга потенциальных рынков сбыта, отличающуюся использованием геомаркетинговых технологий и содержащую блок перспективного анализа индикаторов регионального рынка сбыта. В этой связи требуют уточнения целый ряд вопросов: «Каким образом предполагается сочетать использования геомаркетинговых технологий и проведение перспективного анализа?», «Какие именно индикаторы необходимо отслеживать и с какой периодичностью», «Существуют ли нормативные величины для индикаторных переменны?», «Каким образом маркетолог должен своевременно уловить момент выхода на новые рынки?».

2. Разработанная соискателем методика обоснования обновления ассортимента предприятия (в схематичном виде она представлена на рис. 3.2 стр. 94), содержит такой важный этап, от которого напрямую зависит окончательное решение о включение/невключении новой продукта в ассортиментный портфель компании, как экспертная оценка характеристик новой пози-

ции товаров. Однако соискатель оставил этот этап без должного рассмотрения, не пояснив, кто должен выступать в роли экспертов и как именно следует проводить процедуру экспертного опроса в данном случае.

3. Как известно, надежность прогнозных расчетов связана с объемом выборочной совокупности, которая используется для построения модели. В этой связи возникает вопрос о правомерности получения соискателем прогнозных оценок показателей торговой привлекательности регионов по выборке из четырех наблюдений (стр. 120-122).

Сделанные замечания, тем не менее, не снижают общей положительной оценки исследования. Они лишь позволяют обозначить наиболее значимые и дискуссионные положения и аспекты работы, конкретизация которых позволяет более рельефно представить результаты и резюмирующие выводы соискателя, обоснованные в диссертации.

Общее заключение. Содержащиеся в диссертации выводы и предложения полностью соответствуют поставленным задачам, научно обоснованы, достоверны и вытекают из проведенного соискателем исследования.

Представленный в автореферате материал отражает ключевые идеи, положения и выводы диссертации. Полученные диссертантом теоретические и практические результаты раскрыты в его публикациях.

Оценивая диссертацию Ковалевой Е.И. в целом, можно сделать вывод, что она представляет собой научно-квалификационную работу, в которой содержится оригинальный подход к решению актуальной задачи, имеющей важное значение для совершенствования маркетинговой деятельности предприятий сферы торговли, а именно: разработка методических положений по обоснованию обновления ассортиментного портфеля предприятия и оценке торговой привлекательности новых региональных рынков сбыта. Сформулированные соискателем рекомендации по выполнению этих теоретических положений естественным образом расширяют прикладные грани диссертационного исследования.

На основании изложенного выше считаю, что диссертация «Оценка востребованности новых продуктов и торговой привлекательности региональных рынков сбыта» отвечает требованиям, сформулированном во втором абзаце п. 9 Постановления Правительства РФ от 24.09.2013 N 842 «О порядке присуждения ученых степеней» (вместе с «Положением о присуждении ученых степеней»), а ее автор Ковалева Елена Ивановна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности: 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Официальный оппонент,
доктор экономических наук, доцент
кафедры экономического анализа и качества
ФГБОУ ВПО «ТГТУ»



Р.Р. Толстяков

Толстяков Роман Рашидович
392000 г.Тамбов, ул.Советская 106. ауд. 75
(4752) 638780
tolstyakoff@mail.ru

Ученый секретарь Ученого совета
ФГБОУ ВПО «ТГТУ»



В.Г. Серегина

26.03.2015