

## **ОТЗЫВ**

официального оппонента доктора экономических наук, профессора Радиной О.И. на диссертационную работу Сушко Надежды Александровны «Разработка маркетинговой стратегии восстановления и развития рыбного хозяйства», представленную на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

### **Актуальность выбранной темы.**

Диссертационная работа посвящена приобретающей в последнее время всё бóльшую актуальность проблеме развития рыночных отношений и применения маркетинговых технологий как основополагающего базиса ведения бизнеса. В современном экономическом пространстве игнорирование предпочтений и потребностей ключевых потребительских групп приводит к проблеме сокращения спроса на продукцию компании, что в свою очередь вызывает отрицательный финансовый результат хозяйственной деятельности. Рыбное хозяйство, в рамках которого проведено маркетинговое исследование, в последнее время находится в неудовлетворительном финансовом состоянии и не может обеспечить медицински обоснованных норм потребления населением рыбного белка. Нерешенность указанных вопросов вызывает рост импортозависимости как отдельно взятой отрасли, так и всего государства. В рамках принятой государственной программы импортозамещения разработанная маркетинговая стратегия восстановления и развития рыбного хозяйства позволит достичь положительных результатов сразу по нескольким направлениям: обеспечение потребительского спроса отечественным продуктом, вывод отрасли из кризиса и гарантия ее поступательного развития, рост налоговых поступлений в бюджет, а также снижение импортозависимости государства. Все это объясняет актуальность рассматриваемой работы.

**Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов, рекомендаций.**

Обоснованность научных положений диссертации Сушко Н.А. обеспечивается использованием теоретических и методических основ фундаментальных исследований классической и современной экономической теории, концепций, научных исследований отечественных и зарубежных учёных по проблемам использования маркетинговых инструментов отечественными предприятиями. Достоверность исследований и полученных результатов обуславливается надлежащей информационной базой: аналитическими материалами Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым; финансовой отчетностью рыбохозяйственных предприятий Республики Крым; материалами научных периодических изданий (с. 60-65).

Основные научные результаты диссертации докладывались на всеукраинских и всероссийских конференциях, а также апробированы на предприятиях рыбного хозяйства и в высших учебных заведениях.

Следует отметить логическую последовательность структуры и содержания диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных литературных источников, приложений.

В первом разделе диссертации автором обобщены теоретические подходы к рассмотрению особенностей использования маркетинговых инструментов в отраслевом управлении. В разделе раскрыта сущность стратегического маркетинга, обозначен механизм его реализации в управлении отраслью. Автором исследована эволюция понятия маркетинга, выработано свое суждение о данной дефиниции. Выделены отличия государственного, рыночного и маркетингового подходов к управлению отраслью, определено основополагающее условие стратегического управления, такое как

стратегический маркетинг, направленный на удовлетворение спроса потребителей в долгосрочной перспективе (с. 40).

Второй раздел посвящён маркетинговому исследованию на рынке рыбной продукции Республики Крым. Диссертант подробно исследовал состояние отрасли в целом, что позволило выявить негативные факторы ее функционирования (с. 55). Для исследования спроса с учетом специфики региона автором разработаны и проанализированы факторы, под воздействием которых происходит формирование спроса (с. 79). На основании выработанной методики проведен анализ эффективности применения маркетинга на предприятиях рыбного хозяйства, что позволило оценить зависимость между использованием предприятиями маркетинговых инструментов и эффективностью их финансово-хозяйственной деятельности (с. 102).

В третьем разделе обоснована и предложена стратегия восстановления и развития рыбного хозяйства, содержащая основные индикаторы эффективного рыночного функционирования, основополагающие принципы и алгоритм её реализации. При этом важнейшей составляющей стратегии выделен маркетинг с особым упором на концепцию стратегического маркетинга, что соответствует современным тенденциям ведения бизнеса в сфере рыночных отношений (с. 128).

Проведена обстоятельная оценка динамики основных показателей, формирующих уровень развития отрасли (с. 116). Разработана и научно обоснована модель эффективности функционирования отрасли, на основании которой сделан прогноз динамики спроса на рыбную продукцию, а также изменения в результате отраслевого уровня рентабельности (с. 126). Разработанная маркетинговая стратегия восстановления и развития рыбного хозяйства имеет четкую детализацию и последовательный алгоритм ее реализации, что позволит проследить выполнимость разработанной стратегии на каждом этапе ее реализации (с. 149-150).

В целом, работа достигла поставленных целей. Автором проведено серьёзное исследование проблемы. Диссертант грамотно подошёл к построению маркетинговой стратегии восстановления и развития рыбного хозяйства, успешно реализовал соответствующие алгоритмы.

**Научная новизна диссертационной работы** заключается в обосновании теоретико-методических основ и практических рекомендаций по восстановлению развития рыбного хозяйства на основе стратегического маркетинга. Содержание наиболее значимых полученных научных результатов заключается в том, что:

– получено дальнейшее развитие понятийно-категориального аппарата, в частности предложено дополнение к трактовке понятия «стратегический маркетинг», под которым автор понимает комплекс мероприятий, направленный на выполнение основных функций маркетинга с учетом их направленности на базовые цели предприятий (с. 47);

– идентифицированы факторы формирования спроса с учетом региональных особенностей, позволяющих провести маркетинговое исследование на рынке рыбной продукции (с. 79);

– предложен методический подход к исследованию результативности применения маркетинга на предприятиях рыбного хозяйства, направленный на изучение корреляционных связей между приближенностью предприятия к морю, удельным весом расходов на маркетинг, частотой исследования рынка и предпочтениями потребителей (с. 100);

– разработана и научно обоснована модель эффективности рыбного хозяйства на основе стратегического маркетинга, направленная на улучшение политики отраслевого управления с учетом динамичности внешнего окружения (с. 128);

– предложена индикативная модель рыбного хозяйства Республики Крым, включающая маркетинговые элементы и направленная на формирование сбалансированного спроса и предложения на рынке рыбной продукции, что

позволит гарантировать восстановление и поступательное развитие отрасли (с. 138).

Построенные в работе модели основываются на корректном применении теории алгоритмов, теории операционных систем и математического аппарата. Все утверждения подтверждены ссылками на источники. Это дает основание считать полученные результаты достаточно обоснованными и достоверными.

### **Оценка полноты изложения научных положений, выводов и рекомендаций в опубликованных трудах и в автореферате.**

Основные научные результаты, изложенные в диссертационной работе, опубликованы в 9 научных изданиях, из них 4 статьи – в специализированных профессиональных изданиях, 5 статей – материалы научных конференций. Общий объем публикаций – 3,06 п. л., из них лично автору принадлежит 2,56 п. л. Количество опубликованных научных работ и их объём соответствуют требованиям основного содержания диссертации на получение учёной степени кандидата экономических наук.

Основное содержание автореферата и публикации соискателя отражены в тексте диссертации.

### **Теоретическая ценность и практическая значимость научных результатов.**

Предложенные в диссертационной работе выводы и рекомендации относительно применения маркетинговых инструментов в процессе хозяйственной деятельности применены в работе ОАО «Керченский рыбокомбинат». Также, основные положения диссертации использованы при разработке учебно-методического комплекса по дисциплинам «Маркетинговый анализ», «Основы маркетинга».

### **Дискуссионные положения и замечания по содержанию диссертационной работы.**

Диссертация Сушко Надежды Александровны на тему «Разработка маркетинговой стратегии восстановления и развития рыбного хозяйства»

является самостоятельной и завершённой научной работой. Однако следует отметить ряд замечаний по работе:

1. В работе автором проводится сравнительная характеристика государственного и рыночного регулирования (табл. 1.2 с. 22), однако, при рассмотрении критериев, непонятно о какой структуре идет речь.

2. На рис. 3.10 (с. 138) приводится необходимый объем инвестиций в развитие рыбного хозяйства. Следует конкретизировать направления капитальных вложений в данную отрасль.

3. Следовало бы уточнить: предусматривает ли инвестирование в основной капитал направление средств на ремонт рыболовного флота?

4. В табл. 3.12 (с. 141) приведена динамика показателей эффективности рыбного хозяйства в результате достижения индикаторов маркетинговой стратегии. При этом темпы прироста валовых доходов превышают темпы прироста валовых расходов. Чем вызвана данная динамика?

5. На рис. 3.10 (с. 129) представлен внешнеторговый аспект с точки зрения импорта рыбной продукции. Рассматривается ли возможность экспорта данной продукции?

Тем не менее, указанные недостатки не снижают ценности полученных результатов.

#### **Общая квалификационная оценка диссертационной работы.**

Диссертационное исследование является самостоятельным, завершённым, логично построенным, выполненным автором на достаточно высоком теоретическом и научно-практическом уровнях, посвящено актуальной теме, обладающей научной новизной и практической значимостью.

Автореферат соответствует основному содержанию диссертации, в достаточной мере отражает ее научную новизну и практические выводы.

Представленное диссертационное исследование выполнено в рамках п. 9.7 «Методы и технологии проведения маркетинговых исследований», п. 9.12 «Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования,

оценка и использование в маркетинге» Паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – маркетинг.

В целом диссертационная работа Сушко Н.А. на тему «Разработка маркетинговой стратегии восстановления и развития рыбного хозяйства» и автореферат по форме и по содержанию отвечают требованиям п. 9 Постановления Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней» от 24 сентября 2013 г., а её автор – Сушко Н.А. заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Профессор кафедры «Маркетинг и реклама»  
Института сферы обслуживания  
и предпринимательства (филиал)  
ФГБОУ ВПО «Донской государственный  
технический университет»  
д.э.н., профессор  
24.03.2015 г.

346500, ул. Шевченко, 147,  
г. Шахты, Ростовская обл.,  
Тел. (928) 180-72-73  
e-mail: oksradina@yandex.ru

Оксана Ивановна Радина

