

## Отзыв на автореферат

диссертации Сенюка Алексея Алексеевича на тему

«Стратегия и система маркетинга предприятий нефтегазового машиностроения, ориентированная на конкурентоспособность», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по спец. 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами: маркетинг)»

В последнее время значение стратегического маркетинга конкурентоспособности в практике работы российских предприятий значительно возрастает. Во многом данный факт связан с осознанием необходимости стратегического типа маркетингового управления в условиях, когда внешняя среда предприятия подвержена значительным и быстрым изменениям. Выстраивание стратегических целей организации в подобных условиях способствует концентрации усилий и ресурсов для их достижения, повышению эффективности хозяйствования.

Система стратегического маркетингового управления предполагает формирование стратегии предприятия на нескольких уровнях: корпоративная маркетинговая стратегия, конкурентные маркетинговые стратегии на локальных рынках, функциональные и операционные стратегии. Конкурентные маркетинговые стратегии занимают особое место в системе стратегического маркетингового управления предприятием, поскольку именно они во многом определяют нижестоящие функциональные и операционные стратегии. Несмотря на различные понимания самого понятия «маркетинговая стратегия», процесс ее формирования на любом из перечисленных уровней сводится к применению определенного набора аналитических инструментов, позволяющих найти соответствие между маркетинговыми целями предприятия и средствами достижения данных целей. Весь комплекс взаимосвязанных аналитических инструментов в совокупности образует определенный механизм формирования маркетинговой стратегии, т.е. определенную последователь-

ность действий, необходимую для ее разработки. На уровне конкурентной стратегии эффективность подобного механизма обусловлена в первую очередь актуальностью, полнотой и комплексностью методологии разработки и реализации маркетинговой конкурентной стратегии. Указанными обстоятельствами определена актуальность темы рассматриваемой диссертационной работы.

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций следует признать высокой. В основу исследования положены труды ведущих отечественных и зарубежных ученых и специалистов по проблемам стратегического маркетинга и маркетинговых стратегий в промышленности. Новизна и достоверность выдвинутых диссертантом положений подтверждена применением современных методов научного исследования, глубоким анализом роли конкуренции и ее влияния на маркетинговую деятельность современных промышленных предприятий, существенным расширением основных положений маркетинговой методологии разработки и реализации конкурентных стратегий в важнейших отраслях промышленности страны.

Практическая ценность работы состоит в возможности использования ее выводов, результатов и рекомендаций на корпоративном уровне управления в конкурентной деятельности промышленных предприятий нефтегазового машиностроения России.

В качестве замечания, имеющего рекомендательный характер, необходимо отметить недостаточный уровень исследования маркетинговых резервов в части импортозамещения продукции российского нефтегазового машиностроения на внутреннем рынке, а также перспективы внешней маркетинговой деятельности на глобальных рынках нефтегазодобычи и нефтегазосервиса. Требуется и своего дальнейшего развития методология прогнозирования экономической эффективности маркетинговых мероприятий по созданию конкурентных преимуществ промышленных предприятий.

