

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 специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:
маркетинг

Необходимость ускорения темпов социально-экономического развития экономики страны и ее основных секторов и отраслей при условии обеспечении устойчивости и сбалансированности такого развития требует совершенствования научных и практических подходов части организации стратегической маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях, расширения научного инструментария этой области знаний, предложения новых, нетрадиционных путей решения традиционных управленческих проблем, взаимоувязки интересов корпоративных структур, государства и всей российской нации.

Существующие методические и методологические подходы к организации стратегической маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях не учитывают быстрого темпа развития научных и практических представлений в последние годы, ориентированы на традиционализм и устойчивость, обладают недостаточной гибкостью и низкой адаптивностью к изменениям конкурентной среды, что является причиной многочисленных неудач российской промышленности на внутреннем и зарубежном рынках. Среди проблем стратегического маркетинга российских промышленных предприятий можно отметить значительное количество непроизводительных функций, непоследовательную государственную политику в отношении промышленности страны, отсутствие единых стандартов и правил ведения бизнеса, нетранспарентность управленческих процедур и недостаточный уровень выработки и реализации конкурентных маркетинговых стратегий на уровне отраслей и комплексов промышленности страны.

Необходимость выработки и практической реализации актуальных и адекватных действительности научных подходов, направленных на исследо-

вание уже сложившихся закономерностей маркетингового управления на промышленных предприятиях в условиях конкуренции призвана раскрыть для исследования и практической реализации управления новые области знаний применительно к стратегическому маркетингу, выработать и апробировать эффективную и дееспособную методологию стратегического маркетингового развития отечественных промышленных предприятий в условиях конкуренции на внутреннем и глобальных рынках промышленной продукции.

Научная новизна результатов исследования заключается в том, что автором, на основе комплексного системного подхода проведено глубокое исследование особенностей разработки и реализации маркетинговых стратегий в отрасли российского нефтегазового машиностроения, дана оценка их результативности и экономической эффективности с применением инструментария качественных и количественных методов маркетингового мониторинга и анализа. В числе пунктов научной новизны, обладающих значительным приращением научного знания, необходимо отметить модернизацию системы маркетинговых возможностей промышленных предприятий на основе концепции жизненного цикла промышленной продукции и метатовара.

Концепция диссертационного исследования заключается в необходимости применения комплекса современных методических подходов при организации маркетинговой деятельности промышленных предприятий в условиях конкуренции с целью захвата стратегической инициативы в процессе реализации стратегического замысла, направленного на удержание конкурентной устойчивости на национальном и мировых рынках промышленной продукции.

Методологическим и теоретическими предпосылками и основаниями проведенного исследования послужили концептуальные положения и выводы, представленные в научных трудах отечественных и зарубежных авторов, посвященные проблемам стратегического маркетинга, маркетинговых стратегий, анализа форм и методов организации маркетинговой деятельности на уровне промышленных предприятий, отраслей и комплексов.

Научные положения и концепция диссертации включают принципиально новые подходы к проблеме организации маркетинговой деятельности на промышленных предприятиях, в отраслях и комплексах, как основы эко-

номического развития на микро и макроуровне, что может служить дальнейшему углубленному ее изучению и обладает значительной практической ценностью.

Определенным недостатком диссертационной работы является недостаточный уровень исследования современных экономико-математических моделей имитационного направления, позволяющих прогнозировать эффективность маркетинговой стратегии промышленного предприятия. В работе недостаточно внимания уделено исследованию и критике традиционных моделей маркетинговой среды рынков промышленной продукции. Замечания носят характер научной дискуссии.

Заключение о соответствии работы требованиям ВАК: по актуальности выбранной темы и научной новизне авторского подхода к проблеме, концептуальности и обоснованности, полученных автором научных результатов, их теоретической и прикладной значимости диссертация Сенюка А.А. в полной мере соответствует требованиям п. 9 Постановления Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней» от 24 сентября 2013 г. №842 и Паспорту ВАК (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, п. 9 Маркетинг), а ее автор Сенюк Алексей Алексеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Профессор кафедры маркетинга и
управления предприятием
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный
технологический университет»,
доктор экономических наук, доцент

А.С. Молчан

Контактная информация:
Молчан Алексей Сергеевич
350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2
molchan.alexey@gmail.com
+7(918)3260000



ПОДПИСЬ *А.С. Молчан*
ЗАВЕРЯЮ: Начальник Центра
Административного управления
и контроля
Каширина Е.И.
Е.И. Каширина 18.03.2015