

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)»

Актуальность темы диссертационного исследования определяется следующим. Промышленность России в настоящее время переживает не лучший период своего развития. Потеря управления в большинстве отраслей промышленного производства, острая конкуренция на внутреннем рынке с транснациональными корпорациями, отсутствие программы поддержки национальной промышленности, дефицит дееспособных кадров, обесценение оборотных средств предприятий в результате инфляции, международная конкуренция, транснационализация и глобализация – все эти факторы в той или иной степени негативно воздействуют на результативность маркетинговой деятельности отечественных промышленных предприятий. В этом базовом секторе экономики страны сегодня отсутствует четкое понимание перспективы и процессов стратегического развития, сильно ограничены ресурсы развития, прежде всего организационные, до сих пор не прекращаются попытки монополизации отдельных товарных рынков, слияний и поглощений промышленных предприятий.

Многие проблемы организации стратегической маркетинговой деятельности в промышленности остаются малоизученными. Прежде всего, это концепция стратегии и системы маркетинга на отраслевых рынках промышленной продукции B2B, состав и функциональная направленность стратегического маркетингового управления и конкурентных стратегий. Актуальным остается применение научных достижений в промышленности страны, адаптация предлагаемого маркетингового инструментария к практическим нуждам и потребностям отечественных промышленных предприятий.

Научная новизна результатов исследования состоит в выработке и апробации авторского подхода, охватывающей основные проблемные области разработки и реализации маркетинговой стратегии промышленного

предприятия и предусматривающей ее формализацию в контексте корпоративной компетенции, выработка и реализация которой направлена на обеспечение устойчивого роста конкурентоспособности предприятий отраслей промышленности. Интересным представляется авторская характеристика возможностей применения мультиформатного промышленного бизнеса в конкретных ситуациях конкурентной борьбы на товарных рынках промышленной продукции.

В представленной работе, судя по автореферату, есть ряд новых, оригинальных положений, заслуживающих внимания и последующего применения в хозяйственной практике и в научных исследованиях в данном научном направлении, а также комплекс новых методов и инструментов для реализации маркетинговой концепции на предприятиях промышленности страны в условиях конкуренции.

В итоге проведенного исследования была полностью раскрыта заявленная автором тема, сформулированы аргументированные, обоснованные рекомендации, т.е. достигнута поставленная цель работы. Выработаны работоспособные схемы применения комплекса методических подходов при организации стратегического маркетингового управления промышленными предприятиями.

Практическая значимость диссертации достаточно весома. Результаты исследования могут способствовать повышению качества маркетингового планирования и прогнозирования на промышленных предприятиях, улучшению стратегического управления ими. Они также могут способствовать построению общей концепции реформирования и устойчивого развития российской экономики. Теоретические выводы и практические рекомендации, содержащиеся в работе, целесообразно использовать для дальнейших разработок маркетинговых проблем экономического роста и его факторов, инвестиционного и инновационного развития страны.

Замечания по содержанию автореферата:

– недостаточно освещены вопросы взаимосвязи эффективности стратегического маркетингового управления и маркетингового планирования в условиях конкуренции, а также влияния стратегии и системы маркетинга на устойчивость развития промышленности в целом и отдельных промышленных предприятий и отраслей;

– явно недостаточно освещен опыт маркетингового управления и конкурентных стратегий глобальных промышленных корпораций, особенно в части выпуска новых поколений продукции и создания венчурных дочерних подразделений на глобальных рынках продукции нефтегазового машиностроения;

– целесообразно было бы больше внимания уделить прикладным аспектам применения маркетинговых моделей при прогнозе экономической эффективности конкурентных стратегий реальных промышленных предприятий.

Заключение о соответствии работы требованиям ВАК: в целом, судя по автореферату, диссертация Сенюка А.А. отвечает квалификационным требованиям Высшей Аттестационной Комиссии, а ее автор Сенюк Алексей Алексеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующий кафедрой «Маркетинг и реклама»

ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный

экономический университет (РИНХ)», профессор



В.А. Осовцев

Адрес: 344002, ул. Б. Садовая, 69, г. Ростов-на-Дону

Телефон: Тел. (8863)237-02-55

Электронная почта: osovtsev@mail.ru

