

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)»

Диссертация А.А. Сенюка освещает проблемы организации и совершенствования маркетингового управления на современных промышленных предприятиях в условиях резкого обострения конкуренции на товарных рынках промышленной продукции, раскрывает сравнительное исследование различных моделей промышленного маркетинга.

В настоящий момент одной из важнейших народнохозяйственных проблем, имеющих существенное значение для поддержания устойчивых темпов социально-экономического развития основных секторов экономики страны является выработка конкурентоспособной маркетинговой концепции управления развитием отраслевых рынков промышленной продукции, направленной на гармонизацию взаимоотношений корпоративного и государственного управления, повышение прозрачности отношений между промышленными предприятиями и государством, обеспечение комплекса благоприятных условий, направленного на повышение конкурентоспособности промышленной продукции на внутреннем и международном рынках.

В диссертационной работе проанализированы особенности и перспективы реализации промышленного маркетинга в промышленности в ее современном сложившемся состоянии, обоснованы основные направления совершенствования стратегического маркетинга с использованием ключевых принципов, обеспечивающих стратегичность и комплексный подход к промышленному маркетингу.

Особую ценность диссертационной работе придает разработанная и апробированная методология перехода от традиционной линейной к проектной форме организации маркетинговых взаимоотношений, позволяющая обеспечить системность и комплексность маркетингового бизнес-процесса,

придать ему управляемую траекторию и спрогнозировать основные виды эффекта в случае реализации соответствующих мероприятий и программ.

Научная новизна результатов исследования состоит в значительном усовершенствовании методологического аппарата, сопровождающего процессы разработки и реализации маркетинговых стратегий промышленными предприятиями на локальных, региональных и национальном рынках промышленной продукции нефтегазового машиностроения. В работе автора получили достойное развитие теоретические тезисы, присущие многим работам отечественных и зарубежных авторов по рассматриваемой тематике, диссертант предложил и обосновал целесообразность комплекса методов разработки и реализации маркетинговой стратегии корпоративных индустриальных образований, обеспечивающих последовательное аккумулирование и реализацию конкурентных преимуществ функционального типа.

Основные положения и выводы диссертации научно обоснованы. В диссертации использованы фундаментальные разработки, представленные в классических и современных трудах отечественных и зарубежных ученых. Обоснование теоретических положений и аргументация выводов осуществлялась на основе реализации общенаучных методов: диалектического, системно-функционального, структурно-уровневого, логического, монографического, экономико-социологического, экономико-статистического и экономико-математического анализа. В процессе исследования были проанализированы и учтены законодательные акты, директивные и нормативные документы Правительства Российской Федерации и Администрации Краснодарского края, программные и прогнозные разработки государственных органов и промышленных ассоциаций. Основные положения и результаты исследования докладывались на международных, российских и региональных научно-практических конференциях. Опубликовано значительное число печатных работ, соответствующих тематике диссертационного исследования, в том числе в изданиях рекомендованных ВАК.

Диссертационная работа имеет практическую значимость. Концептуальные положения и выводы диссертационного исследования позволяют обновить и расширить существующие научные представления о сущности промышленного маркетинга, определить резервы повышения его эффективности.

При детальном рассмотрении автореферата диссертационной работы были сформулированы следующие замечания, имеющие рекомендательное значение:


– в автореферате хотелось бы более четко выделить авторские предложения по совершенствованию методологических основ маркетингового управления на микроуровне;

– трудно представить конечное влияние маркетингового управления на динамику, факторы и тенденции эффективности и качества работы предприятий нефтегазового машиностроения России;

– было бы интересно охарактеризовать особенности стратегического маркетингового управления в условиях конкуренции на примере всего российского кластера нефтегазового машиностроения.

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).

Профессор кафедры «Менеджмент»
Тамбовского государственного
технического университета, д.э.н., доцент


В.Д. Жариков
17.03.2015

Жариков Виктор Данилович
392000 г. Тамбов, ул. Советская д.106, каб.50
(4752) 63-23-75, 63-75-52
management@admin.tstu.ru

Подпись Р.В. Жариков заверяю
Ученый секретарь Ученого совета ТГТУ




В.Г.Серегина
17.03.2015