

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 организации маркетингового управления промышленными предприятиями, отраслями, комплексами особое место занимает учет фактора конкуренции. В условиях либерализации экономики, связанной с вступлением России в ВТО эффективное управление и повышение конкурентоспособности является необходимым условием выживания отечественной промышленности и экономики в целом. Проблема выработки и реализации отечественными промышленными предприятиями эффективных маркетинговых стратегий регионального и национального масштаба приобретает в современных условиях принципиально новый, стратегический статус. Мировое промышленное производство характеризуется сегодня быстрым ростом масштабов производства, ускорением темпов научно-технического прогресса и почти непрерывной научно-технической революцией, расширением выпуска наукоемкой продукции, углублением отраслевой дифференциации и международного разделения труда, развитием процессов специализации и кооперации на фоне обострения международной конкуренции и постоянного роста конкурентоспособности выпускаемой продукции. Отечественные промышленные предприятия на рынке никто не ждет, а потребитель в условиях свободы выбора часто отдает предпочтение более конкурентоспособной импортной продукции. Рост масштабов и интенсивности хозяйственных связей в мировой экономике, интенсификация хозяйства зарубежных стран мира и резкий рост их конкурентоспособности требуют изучения и освоения их опыта и выработки адекватных методологических подходов к маркетинговому управлению отечественной промышленностью, которая еще не нашла своего достойного места в глобальной системе мирового хозяйства, в том числе за счет недостаточного опыта в части разработки и реализации эффективных маркетинговых мероприятий конкурентной борьбы.

Научная новизна, заявленная в автореферате диссертации позволяет оценить диссертацию Сенюка А.А. как научно-квалификационную работу, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения, совокупность которых можно квалифицировать как научное достижение в части модернизации инструментария и методологии разработки и реализации маркетинговых стратегий на рынках промышленной продукции B2B, использование которых возможно и целесообразно на корпоративном и стратегическом уровне управления национальной промышленностью России. Значительной ценностью обладают результаты комплексного исследования отраслевых особенностей разработки и реализации конкурентных стратегий предприятий нефтегазового машиностроения стратегической отраслевой группы, локализованной в Краснодарском крае, с использованием авторского подхода, обеспечивающего понимание логики мероприятий конкурентной борьбы в отношении формирования и дальнейшего использования конкурентных преимуществ в корпоративных моделях маркетинга.

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций является достаточной. Все научные положения, выводы, рекомендации и результаты, сформулированные в диссертационном исследовании имеют четко логические и теоретические обоснования, базирующиеся на официальных документах органов государственной власти РФ, статистические источники в виде отечественных и зарубежных документов, публикации в российской и зарубежной печати, материалы из глобальной сети Интернет, а также на данных собранных и обработанных автором.

Практическая значимость исследования состоит в том, что реализация внесенных автором предложений позволяет модернизировать комплексную систему маркетинговой деятельности, ориентированной на конкурентоспособности предприятий на различных уровнях управления на основе экономических методов. Использование результатов диссертационного исследования позволяет дать обоснованную оценку качества организации маркетинговой деятельности и содержания конкурентной стратегии промышленных предприятий, стимулировать ее развитие в отраслях и на предприятиях, осуществлять формирование национальной и региональных систем стратегической

конкурентоспособности, выявлять и реализовывать маркетинговые резервы роста конкурентоспособности корпоративных образований.

Замечания к содержанию автореферата диссертации:

- не рассмотрены особенности стратегического маркетингового управления и особенности конкурентной стратегии промышленного кластера;
- нет сравнительного анализа особенностей маркетингового управления и процессов выработки и реализации конкурентных стратегий в различных отраслях и регионах РФ;
- в автореферате не представлены оценки национальной конкурентоспособности продукции нефтегазового машиностроения России на внутреннем рынке.


Учет данных замечаний гармонизировал бы научный вклад соискателя и улучшил содержание автореферата.

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 «Менеджмента, маркетинга
и организации производства»

ФГБОУ ВПО Волгоградский

государственный технический университет,

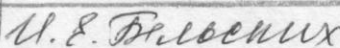
доктор экономических наук, профессор  И.Е. Бельских

Адрес: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Волгоградский государственный технический университет», Россия, 400005, Волгоград, пр. им. Ленина, 28

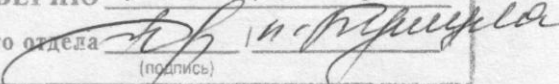
Телефон.: Телефон: (8442) 24-84-80

e-mail: mmior@vstu.ru, igbelvolgograd@rambler.ru





СЕРВЕРЮ 18.03.2015


(подпись)