

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 управле-  
ние народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями,  
отраслями и комплексами: маркетинг)»

Как и любая система управления, стратегический промышленный маркетинг нуждается в непрерывном совершенствовании и уточнении основных принципов и концепций управления применительно к внезапным изменениям основных детерминантов хозяйственной деятельности, особенно в базовых отраслях экономики нашей страны, к числу которых относится промышленность.

Однако до настоящего времени развитие промышленного маркетинга осуществлялось преимущественно в направлении совершенствования критерияльной базы, принципов и механизмов реализации маркетинговых решений на отдельно взятых предприятиях, как правило, без учета динамики внешней среды и эффектов концентрации промышленного производства в составе промышленных комплексов, кластеров, стратегических групп.

Актуальность модернизации системы управления промышленностью страны неоднократно подчеркивалась в посланиях Президента РФ Федеральному Собранию, необходимость такой модернизации, направленной на рост эффективности маркетингового управления в масштабах секторов и отраслей национальной экономики, давно осознана как в системе государственного управления отдельными секторами, отраслями и комплексами промышленности страны, так и самими промышленными предприятиями. Расширение сферы применения промышленного маркетинга, внедрение новых методических и методологических подходов к организации производства в условиях конкуренции с использованием принципов маркетинговой стратегии и комплексности позволит повысить эффективность целевых комплексных программ, имеющих существенное народнохозяйственное значение, обеспечит высокое качество процессов выработки, рассмотрения, реализации и контроля маркетинговых управленческих решений с точки зрения комплексного учета их актуальности и возможных последствий, что в итоге положительно скажется на конечных результатах деятельности промышленных предприятий и их конкурентоспособности за счет повышения точности и обоснованности, а значит, увеличения положительных и снижения негативных последствий принимаемых управленческих решений.

Научная новизна результатов исследования, судя по автореферату, состоит в выработке и апробации авторского концептуального подхода к разработке и реализации маркетинговой стратегии предприятий нефтегазового машиностроения, содержание которой автору удалось дифференцировать и формализовать в направлениях создания и реализации маркетинговых конкурентных преимуществ. Следует отметить новизну тезиса о необходимости создания системных преимуществ конкурентного типа, в исследованиях ученых – предшественников конкурентные преимущества рассматривались как константа, в отношении которой возможно только изменение уровня ее использования. Состав научной новизны, приведенный в автореферате, указывает на ее объем, достаточный для диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук.

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций диссертационной работы А.А. Сенюка следует оценить достаточно высоко, автор продемонстрировал высокую публикационную активность в выбранной научной проблематике, активно апробировал свою концепцию в научных конференциях и в

---



практической деятельности промышленных предприятий выбранной для исследования отрасли.

Практическая ценность диссертационного исследования состоит в реальном расширении методологического базиса разработки и реализации маркетинговых стратегий за счет детализации содержания и структуры мероприятий конкурентной стратегии, выделения основных бизнес-процессов ее разработки, реализации и контроля, рассмотрения категории «системное конкурентное преимущество» и обоснование фактической потребности в принятии и реализации мероприятий стратегического конкурентного характера. В практике промышленных предприятий возможно применение формализованного инструментария бенчмаркинг-исследований с расчетом маркетинговых резервов роста конкурентоспособности деятельности предприятий за счет отдельных факторов.

К числу замечаний, присутствующих в автореферате рассматриваемой работы, необходимо отнести следующее:

– отсутствие подробного рассмотрения деятельности Минпромторга России по количественной оценке и активизации маркетингового потенциала на локальных рынках промышленной продукции;

– отсутствие рассмотрения современных маркетинговых методик исследования конкурентной среды, а также отсутствие сравнения отечественных и международных методологических подходов к оценке и анализу конкурентной среды промышленных предприятий;

– в тексте автореферата отсутствует функционально-стоимостной анализ конкурентоспособности продукции российского нефтегазового машиностроения.

Указанные недостатки носят рекомендательный характер и не снижают общей положительной оценки работы. 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 и маркетинга  
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный  
университет», доктор экономических наук,  
профессор

П.Н. Машегов

Подпись Машегова П.Н. заверяю



Контактная информация:

Машегов Петр Николаевич

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Орловский государственный университет»

302001, Орловская область, г.Орел, ул. Комсомольская, д. 41 (учебный корпус №3), каб.123.

телефон:+7 (4862) 777 318

email: cafedramm@mail.ru