

Отзыв

на автореферат диссертации Ковалевой Елены Ивановны
на тему: «Оценка востребованности новых продуктов и торговой привлекательности
региональных рынков сбыта», представленной на соискание ученой степени кандида-
та экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народ-
ным хозяйством: маркетинг

Важным направлением повышения уровня продуктовых новаций и обоснования адекватного спроса на них, является стратегический анализ внешней среды, который невозможен без использования информационных систем анализа маркетинговой конъюнктуры рынка. Именно такие инструменты анализа дают возможность оценить степень востребованности продукта и привлекательность сегмента рынка.

Актуальность проблемы проведенного Е.И. Ковалевой исследования обусловлена необходимостью быстрого и адекватного реагирования на изменения внешней среды в условиях ограниченности ресурсов, с одной стороны, и недостаточностью статистической и аналитической информации при принятии маркетинговых решений относительно ассортиментной политики предприятия и освоения новых рынков сбыта в условиях динамично развивающейся конкурентной среды и высоких рисков, с другой стороны. С этой позиции актуальность работы Ковалевой Е.И. не вызывает сомнений.

Представленная работа, судя по автореферату, обладает целостным характером, строится в соответствии с поставленной целью и в качестве результата имеет ряд обоснованных методик и моделей обоснования необходимости обновления ассортимента предприятия, оценки торговой привлекательности потенциальных рынков сбыта, применение которых повысит надежность маркетинговых решений (с. 6).

Автор верно определил направление повышения объективности и достоверности предлагаемых методик, используя для достижения этой цели комплекс методов экономико-математического моделирования и прогнозирования. Несомненным достоинством разработанной соискателем методики оценки торговой привлекательности региональных рынков сбыта является то, что она позволяет получить не только текущую, но упреждающую вероятностную оценку привлекательности данного рынка, в зависимости от влияющих конъюнктурных факторов.

Заявленная автором новизна диссертационной работы отвечает необходимым требованиям (с. 7-9) и акцентирует внимание на тех вопросах, которым до настоящего времени не уделялось должного внимания. Следует отметить разработанную автором методику обоснования обновления ассортимента предприятия (с.14,15), метод прогнозной оценки востребованности новой продукции предприятия (с. 15), методику оценки привлекательности региона для ведения торгового бизнеса (с.16-17). Особого внимания заслуживает тот факт, что предложенные методики могут быть использованы компаниями самостоятельно, без обращения к помощи маркетинговых агентств.

Вместе с тем, при всех объективных достоинствах диссертационной работы, считаю необходимым обратить внимание на некоторые замечания по автореферату.

1. При формировании модифицированной модели маркетинговой информационной системы, автор выявил приоритетное направление анализа в виде «мониторинг состояния потенциальных региональных рынков сбыта» (рис.1., с.12). Однако, для быстрого реагирования на изменения и колебания условий рынка необходима оперативная информация и установление цикла мониторинга, которые в структуре системы не представлены.

2. Рассматривая подход к оценке перспектив сбыта, автор использует методологию прогнозирования потенциального уровня сбыта. Однако, для разных видов продукции, тренд продаж может быть разным, что требует наличие дополнительного модуля в МИС для подбора адекватного уравнения для оценки перспектив продаж.

3. проводя анализ степени торговой привлекательности регионов (табл. 5, с.22-23), автор обращает внимание на то, что анализ показывает независимость торговой привлекательности региона от ожидаемых вариантов его экономического развития, что не совсем понятно, так как корреляционная оценка указанных факторов в автореферате не приведена.

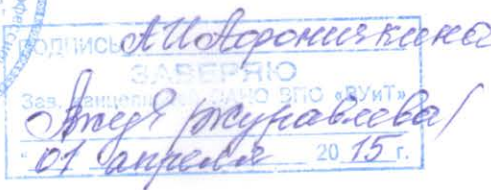
Однако, отмеченные недостатки не снижают качество и новизну представленной работы.

В целом, диссертационная работа Ковалевой Е.И. представляет собой завершенную научно-квалификационную работу, связанную с решением важной экономической проблемы, имеющей значение для науки и практики в области маркетинга. Диссертация удовлетворяет требованиям ВАК РФ, предъявляемым к такого рода работам, а ее автор Ковалева Елена Ивановна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Зав. кафедрой «Маркетинг и информационные технологии в экономике» ОАНО ВПО «Волжский университет им.В.Н.Татищева (институт)»
д.э.н., профессор



 А.И. Афоничкин



Александр Иванович Афоничкин

Адрес: 445020, Россия, Самарская обл., г.Тольятти, ул.Белорусская, ба

Телефон: (8482)28-00-45

e-mail: afon_t@mail.ru