

О Т З Ы В

на автореферат диссертации Е.И. Ковалевой на тему: «Оценка востребованности новых продуктов и торговой привлекательности региональных рынков сбыта», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Конкурентные преимущества организаций во многом обусловлены систематичностью обновления ассортимента предлагаемых товаров, форм их доставки до потребителя, поиском новых сегментов потребителей товаров, расширением рынков сбыта и т.п. Поскольку риск невостребованности продукции остается основным предпринимательским риском маркетинг становится приоритетной функцией, призванной повысить вероятность успеха продуктовых инноваций, в том числе за счет освоения новых рыночных ниш.

В условиях насыщенности товарных рынков, обострения проблемы обеспечения продуктовой безопасности и импортозамещения необходимо развитие методологии маркетингового анализа и планирования. В этой связи теоретико-методическое обоснование проблем измерения востребованности новых продуктов и торговой привлекательности региональных рынков сбыта, предложенное в диссертационной работе Е.И. Ковалевой, представляется крайне актуальным.

Несомненно, значимым с позиций управления является подход к идентификации возможных направлений для совершенствования маркетинговой информационной системы торговой компании. Особого внимания заслуживают разработанная Е.И. Ковалевой система оценки торговой привлекательности региональных рынков сбыта, методики выявления перспектив сбыта на пробных торговых точках, а также подход к оценке востребованности нового продукта для обоснования обновления ассортимента предприятия.

При общей положительной оценке автореферат Е.И. Ковалевой не свободен от замечаний. Так, в методике обоснования обновления ассортимента

автором предложены критерии многомерной классификации для выявления кластеров в ассортименте (с. 13-15). Требуется уточнение сформулированное автором положение об универсальности данного перечня критериев, поскольку не для каждого рынка условие численной дистрибуции будет критическим. Так, для продукции, приобретение которой характеризуется сложным поведением (например, автомобили) фактор присутствия в очень большом числе торговых точек не является критическим. Здесь рыночным драйвером обновления ассортимента может выступать специфика климата, покупательских предпочтений и пр.

Однако высказанное замечание не меняет положительной оценки проведенного соискателем исследования. Представленная к защите диссертация отличается тщательностью проработки, новизной подходов к решению задач, связанных с совершенствованием инструментов маркетингового анализа, а также практической ценностью полученных диссертантом результатов. Считаю, что автор диссертации Ковалева Елена Ивановна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Профессор кафедры маркетинга

Государственного университета управления,

доктор экономических наук, профессор

Т.Н. Рыжикова

*Подпись Рыжиковой Т.Н.
заверяю. Reef-*



Контактная информация:

Рыжикова Тамара Николаевна

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет управления»

Рязанский пр., 99, Москва, 109542

+7 (495) 371-98-33

tnr411@yandex.ru

Подпись *Т.Н. Рыжиковой*
УДОСТОВЕРЯЮ

Вер. с.м. отдела кадров

