

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

**кандидата экономических наук, доцента Скляр Елены Николаевны
о диссертационной работе Грисько Антона Сергеевича на тему:
«Современные методы формирования и оценки потребительской ценности
брендового капитала на рынке парфюмерно-косметических товаров»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических
наук по специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным
хозяйством (маркетинг).**

1. Актуальность темы исследования

Становление рыночных отношений, развитие и повышение доходности бизнеса, эволюция роли потребителя при взаимодействии субъектов рынка, переориентация бизнес-коммуникаций на нетрадиционный индивидуальный подход к покупателю, внедрение современных медиа-технологий потребовали систематизации теории брендинга, проведения дополнительных фундаментальных и научно-прикладных маркетинговых исследований сущности бренда, дифференциации его от торговой марки, раскрытия социальной и экономической значимости бренда.

Необходимо учитывать, что в условиях товарного изобилия и ужесточения конкуренции бренд является инструментом привлечения и удержания клиентов, сотрудников, инвесторов, способствует выстраиванию с ними длительных перспективных отношений. Это приводит к возможности расширения рынка сбыта и повышению финансовых результатов. Все это выдвигает на первый план вопросы оценки успешности бренда, его потребительской ценности, которые приобретают особую актуальность для компаний, действующих на конкурентных рынках, каким, в частности, и является рынок парфюмерно-косметических товаров.

Теоретические и практические аспекты использования бренда, формирования и оценки потребительской ценности брендового капитала не достаточно исследованы в настоящее время, что создает определенные трудности в реализации маркетинговых стратегий развития предприятий на практике. В рыночных организациях существует необходимость повышения значимости бренда, который в условиях резкого обострения конкуренции стал инструментом, мобилизующим все ресурсы компании для того, чтобы ее товары и услуги стали востребованными, отсутствуют современные методики маркетинговых коммуникаций, сфокусированных на создании, продвижении и усилении брендов. В этой связи выбранная тема диссертационного исследования Грисько А.С. является актуальной.

2. Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, полученных соискателем, сформулированных в диссертации, определяется использованием в качестве методологической основы исследования трудов отечественных и зарубежных экономистов, предусматривающих научные подходы к решению проблемы формирования и оценки брендов; законодательные акты федеральных и региональных органов власти; нормативные документы Российской Парфюмерно-Косметической Ассоциации и Ассоциации производителей парфюмерии, косметики и бытовой химии; материалы научно-практических конференций. В процессе исследования использовались экономико-математические и статистические методы анализа, системного подхода, методы исторического, критического анализа и синтеза, специальные методы исследования.

Представленная на отзыв диссертация имеет традиционный для данной специальности состав и включает введение, три главы и заключение, список используемой литературы и интернет-источников, имеет общий объем 145 страниц машинописного текста, включая 21 таблицу, 25 рисунков и 2 приложения. По теме диссертации соискателем опубликовано одиннадцать

печатных работ.

В первой главе диссертации «Теоретические основы формирования и оценки потребительской стоимости брендового капитала» на основе анализа существующих понятий уточнено определение бренда как категории маркетинга и его сущности; исследованы основные концептуальные подходы к формированию и оценке потребительской ценности брендового капитала.

Во второй главе «Современные методы и способы оценки потребительской ценности брендового капитала» систематизированы современные методы измерения стоимости капитала бренда и его потребительской ценности; выделены основные отличия экономической и маркетинговой ценности бренда; разработана авторская методика проведения комплексной оценки потребительской ценности брендового капитала, которая предполагает разностороннее исследование потребительского сегмента и анализ конкурирующих брендов по различным рыночным показателям.

В третьей главе «Методические рекомендации по реализации формирования и оценки потребительской ценности брендового капитала компании на рынке парфюмерно-косметической продукции» проанализировано современное состояние и тенденции развития рынка парфюмерно-косметических товаров России и города Омска, оценена результативность использования бренда «Иль де Боте» на рынке парфюмерно-косметических товаров г. Омска, проведена оценка потребительской ценности бренда «Иль де Боте», предложены рекомендации по её повышению.

Необходимо отметить, что использование предложенной соискателем методики позволяет оценить потребительскую ценность брендового капитала с учетом субъективной потребительской составляющей.

В диссертации Грисько А.С. вместе с положительными моментами имеется ряд дискуссионных вопросов:

1. Из текста диссертационной работы непонятно, насколько универсальна методика оценки потребительской ценности брендового капитала для отдельных отраслевых рынков.

2. В исследовании следовало более подробно отразить собственную стратегию использования бренда и позиционирования компании «Иль де Боте».

Замечания не снижают общей высокой оценки выполненного Грисько А.С. диссертационного исследования.

3. Достоверность положений и новизна

Достоверность результатов, полученных диссертантом, оценивается как вполне достаточная. Представленные в диссертационном исследовании Грисько А.С. теоретические положения и предлагаемые методики в полной мере раскрывают элементы достоверности и научной новизны исследования, сформулированной как обоснование теоретических и методических положений, определяющих новые требования к способам и методам формирования и оценки потребительской ценности брендового капитала с учетом отраслевых особенностей рынка парфюмерно-косметических товаров.

Сама работа представляет собой научное исследование, имеющее внутреннюю целостность, содержащее ряд новых результатов, положений, что подтверждает большой личный вклад Грисько А.С. в разрабатываемую проблему и имеет существенное значение для брендируемых компаний на рынке парфюмерно-косметических товаров.

4. Соответствие диссертации требованиям Положения о присуждении ученых степеней

Сделанные в диссертационной работе Грисько А.С. выводы и рекомендации имеют теоретическое значение и практическую ценность в формировании и оценке потребительской ценности брендового капитала на рынке парфюмерно-косметических товаров.

Оформление диссертационной работы отвечает предъявляемым требованиям действующего Положения ВАК России, а по своему содержанию диссертационное исследование соответствует специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Имеются практические результаты апробации основных положений диссертационного исследования. Опубликованные работы автора с достаточной

полнотой раскрывают содержание исследования. Автореферат соответствует содержанию диссертации.

Диссертационная работа является законченным научным исследованием, отвечает требованиям, предъявляемым Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки Российской Федерации к кандидатским диссертациям, соответствует требованиям, установленным пунктом 9 Положения о присуждении ученых степеней и Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг), а ее автор, Грисько Антон Сергеевич, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Официальный оппонент, кандидат экономических наук, доцент ФБГОУ ВПО «Брянский государственный технический университет», кафедра экономики и менеджмента, доцент

241035, Россия, г. Брянск, бул. 50-летия Октября, 7

8 (4832) 56-88-52

sklyarel@yandex.ru

Елена Николаевна
Скляр

Подпись Скляр Е.Н. заверяю
Проректор по научной работе
ФБГОУ ВПО «Брянский
государственный технический университет»

Виталий Михайлович
Сканцев

Собственноручная подпись
Удостоверяется «19.06.2019»
Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Брянский государственный технический университет»
Начальник отдела кадров
Ф.И.О.

