

**В диссертационный совет Д 212.182.02
при ФГБОУ ВПО «Государственный университет-УНПК»**

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Грисько Антона Сергеевича по теме: «Современные методы формирования и оценки потребительской ценности брендового капитала на рынке парфюмерно-косметических товаров», представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Тема оценки стоимости бренда в настоящее время по-прежнему остается весьма неоднозначной и дискуссионной. В условиях отсутствия единых подходов к исследованию и решению соответствующих проблем представляется весьма актуальным и справедливым избранный автором настоящего исследования отраслевой подход.

Судя по представленному автореферату, исследование представляет собой комплексную разработку, характеризующуюся логичной структурой и позволяющую осуществить последовательное осмысление проблем, связанных с оценкой потребительской ценности брендового капитала. Это позволило А.С. Грисько осуществить взвешенный, комплексный анализ, предложить ряд интересных практических решений, и в целом получить теоретические, методические и практические результаты, имеющие существенные элементы научной новизны. Такими результатами, в частности являются предложенная авторская трактовка понятия «брендовый капитал», отличающаяся акцентом на ценности бренда для потребителей (стр. 10); разработанный и обоснованный автором комплексный методический подход к оценке потребительской ценности брендового капитала, основанный на выделении ряда ключевых параметров (стр. 14); идентификация приоритетных детерминантов потребительского спроса на рынке парфюмерно-косметических товаров класса «люкс» (стр. 18), которая

позволила, в свою очередь, предложить методический подход к формированию, реализации и оценке потребительской ценности брендового капитала компаний, функционирующих на данном рынке (стр. 19-23).

В автореферате, однако, содержится ряд дискуссионных положений, в частности, тезис о том ценность необходимо интерпретировать в квазифилософском понимании, а не измерять в финансовых показателях (стр. 14). Однако это не снижает общей высокой оценки результатов исследования, нашедших отражение в автореферате.

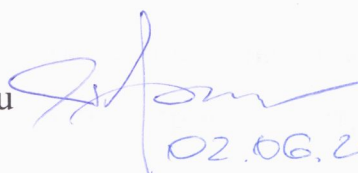
В целом автореферат позволяет сделать вывод о том, что диссертация А.С. Грисько «Современные методы формирования и оценки потребительской ценности брендового капитала на рынке парфюмерно-косметических товаров» является самостоятельным научным исследованием, содержащим научную новизну и представляющим собой определенный вклад в науку. Работа отвечает требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842 и Паспорту специальности 08.00.05 (маркетинг), а её автор, Грисько Антон Сергеевич, достоин присуждения искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры экономики и маркетинга
АНО ВПО «Омский экономический институт»,

644112, г. Омск, Пр. Комарова, 13

Тел: (3812) 75-26-32

e-mail: kaf_mark@omeconom.ru

 С.А. Мамонтов

02.06.2017



Подпись Мамонтова С.А. заверено инициалом