

*В диссертационный совет Д 212.182.02  
при ФГБОУ ВПО «Государственный университет –  
учебно-научно-производственный комплекс»  
по адресу: 302020, Россия, г. Орел, Наугорское шоссе, 29*

### **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации 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).**

Необходимость использования современных методов формирования и оценки потребительской ценности брендового капитала на рынке парфюмерно-косметических товаров вызвана резким повышением значимости бренда и радикальным пересмотром технологий брендинга, который в условиях постоянного изменения ожиданий и предпочтений потребителей стал инструментом, мобиливающим все ресурсы компании для того, чтобы ее товары и услуги стали востребованными.

В этой связи научные исследования, направленные на изучение особенностей формирования и оценки потребительской ценности брендового капитала рынка парфюмерно-косметической продукции, являются актуальными.

В рамках рассматриваемой темы методически интересными в работе являются следующие авторские предложения:

- ключевые параметры для оценки потребительской ценности брендового капитала, которые играют важную роль при принятии решения потребителем;
- комплексная оценка потребительской ценности брендового капитала, позволяющая оценить потребительскую ценность брендового капитала с учетом субъективной потребительской составляющей.

Результаты диссертационного исследования довольно оригинальны,

обладают научной новизной и практически значимы, демонстрируют вклад автора в области маркетинга и брендинга, подтверждают его понимание практической целесообразности повышения эффективности маркетинговой деятельности и достижения маркетинговых целей на рынке парфюмерно-косметической продукции.

В то же время в автореферате не совсем ясно, каким образом на основе коэффициентов потребительской ценности брендового капитала определяются рейтинги брендов (от AAA как наивысшего до D как наименьшего) (стр. 16). Однако высказанное замечание не снижает значимости диссертационной работы. Прделанная автором работа заслуживает безусловного внимания, полезна с теоретической, методической и практической точек зрения.

Считаю, что диссертационная работа является завершенной, отвечает требованиям, предъявляемым Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки Российской Федерации к диссертационным исследованиям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а соискатель Грисько А.С. достоин присуждения искомой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Заведующая кафедрой маркетинга  
и менеджмента АНО ВПО  
«Белгородский университет  
кооперации, экономики и права»,  
доктор экономических наук, профессор,  
Садовая, д. 116 а, г. Белгород,  
Россия, 308023  
Тел.: +7 (4722) 26-46-53  
e-mail: [market@buker.ru](mailto:market@buker.ru)

*Роздольская* 5.06.2014

Роздольская Ирина Владимировна

