

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу

Анциферовой Елены Артуровны

на тему «Управление маркетинговыми рисками на торговом предприятии»,
представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по
специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по
отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Актуальность выбранной темы исследования

Доминантной основой формирования устойчивых конкурентных преимуществ торговых предприятий Донецкой Народной Республики является ориентация на удовлетворение потребностей потребителей, что характеризует способность и готовность торгового предприятия эффективно функционировать и определяет его коммерческий успех. Вместе с тем, процессы эффективного функционирования и развития торгового предприятия носят достаточно сложный характер, что обусловлено широким спектром маркетинговых рисков, влияющих на его деятельность.

Некоторые виды маркетинговых рисков являются достаточно простыми и обычно не учитываются руководителями и специалистами торговых предприятий, однако могут оказывать прямое влияние на репутацию, имидж, финансовое состояние и эффективность деятельности. К тому же, часть маркетинговых рисков носит скрытый характер. Следствием их проявления является снижение лояльности потребителя, миграция ценности, снижение эффективности и результативности деятельности что, соответственно, приводит к утрате конкурентных преимуществ торгового предприятия.

В данных условиях актуализируются вопросы обоснования теоретико-методических подходов и разработки практических рекомендаций по управлению маркетинговыми рисками на торговых предприятиях, реализация которых будет способствовать созданию информационной базы для принятия обоснованных управленческих решений в условиях динамичности маркетинговой среды, высокого уровня неопределенности и стохастичности изменения рискообразующих факторов.

Несмотря на высокую ценность научного вклада зарубежных и отечественных ученых в решение вопросов управления маркетинговыми рисками, в настоящее время ряд проблем теоретического и методологического характера остаются нерешенными, а существующие научно-методические подходы требуют усовершенствования с учетом специфических условий бизнес-среды Донецкой Народной Республики и отраслевых особенностей сферы торговли. Исходя из этого, можно утверждать, что тема диссертационной работы Анциферовой Елены Артуровны актуальна, а проведенное исследование управления маркетинговыми рисками на торговых предприятиях является своевременным.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций

Диссертационная работа Анциферовой Елены Артуровны на тему: «Управление маркетинговыми рисками на торговом предприятии» соответствует паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) в части пунктов 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; 9.3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям; 9.6. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации. Современные информационные технологии в маркетинге; 9.7. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований.

Цель исследования соответствует теме диссертационной работы. Содержание сформулированных научных задач структурно и логически согласовано, их количество является достаточным для раскрытия темы диссертации и достижения поставленной цели.

Теоретические положения диссертационной работы доведены до уровня конкретных методик и рекомендаций по обоснованию управленческих решений на торговых предприятиях при выборе оптимальной стратегии управления маркетинговыми рисками.

Выводы и практические рекомендации, предложенные в диссертационной работе, внедрены в деятельность торговых предприятий Донецкой Народной Республики: ООО ТД «Донспецстрой» (справка №83 от 12.12.2020 г.), ООО Торговый дом «Горняк» (справка №54/1 от 22.12.2020 г.), ООО «Интертехника» (справка №13/21 от 11.01.2021 г.).

Теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Управление рисками», «Маркетинг», «Маркетинг предприятия», «Маркетинговый менеджмент», «Управление маркетингом» (справка №11/244 от 17.02.2021 г.).

Результаты исследования достаточно полно отражены в 17 научных работах, в т.ч.: 1 коллективная монография, 5 статьях ВАК ДНР, 4 статьях в прочих изданиях, 7 тезисах докладов в сборниках по материалам конференций. Количество, объемы публикаций и их содержание соответствуют действующим требованиям. Опубликованные научные работы объективно и в полной мере раскрывают основные положения диссертационной работы, полученные научные результаты, выводы и рекомендации, что свидетельствует о достаточности информирования научного сообщества о ходе выполнения диссертации.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций

Результаты научных исследований, выводы и предложения, приведенные в диссертационной работе Анциферовой Елены Артуровны, получены лично и характеризуются высоким уровнем достоверности полученных результатов. Проведенное исследование отличается логичностью и четкостью поставленных задач.

Научная новизна полученных результатов заключается в развитии и уточнении теоретических положений, разработке научно-обоснованных

рекомендаций по управлению маркетинговыми рисками на торговых предприятиях.

В первом разделе «Парадигма управления маркетинговыми рисками» исследованы этимология и эволюция управления маркетинговыми рисками. Особого внимания заслуживают: выделенные диссертантом основные акценты в трактовке сущности категории «маркетинговый риск» в современном научном поле (с. 33, рис. 1.6); эволюция предпосылок развития системы управления маркетинговыми рисками предприятия (с. 37, рис. 1.7); получившая дальнейшее научное развитие классификация маркетинговых рисков торгового предприятия (с. 45, рис. 1.10), систематизация современных информационно-аналитических систем и программных продуктов для решения маркетинговых задач торговых предприятий (с. 53-54, табл. 1.2); разработанная концептуальная схема управления маркетинговыми рисками торгового предприятия (с. 68, рис. 1.16).

Второй раздел посвящен исследованию управления маркетинговыми рисками предприятия. Заслуживает внимания предложенная диссертантом когнитивная компонентная структура методологии исследования маркетинговых рисков торгового предприятия (с. 90, рис. 2.5); усовершенствованный научно-методический подход к оценке возможностей противостояния торговых предприятий внешним маркетинговым рискам (с. 92-102), который, основывается на методе латентно-структурного анализа.

Особый интерес вызывает разработанная комплексная система внутренних маркетинговых рисков торгового предприятия (с. 108-110, табл. 2.3) интегрирующая 94 показателя диагностики маркетинговых рисков; научно-методический подход к определению интегрированного уровня внутренних маркетинговых рисков торгового предприятия (с. 91-94), который основывается на системе многокритериальных оценок маркетинговых рисков.

Заслуживает внимания предложенный подход к диагностике управления маркетинговыми рисками на торговых предприятиях (с. 131-143), который представляет собой комплексное исследование ключевых подсистем системы управления маркетинговыми рисками: планирования, организации управления,

идентификации маркетинговых рисков, диагностики и регулирования.

Вызывает интерес усовершенствованный научно-методический подход к оценке уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия (с.144-151), практическая апробация которого позволила определить уровень маркетинговой рискозащищенности исследуемых торговых предприятий с учетом возможностей противостояния внешним маркетинговым рискам и уровня внутренних маркетинговых рисков.

В третьем разделе работы «Совершенствование управления маркетинговыми рисками» предложена система управления маркетинговыми рисками торгового предприятия (с. 156, рис. 3.1). Достаточно интересными также являются: предложенная система управления маркетинговыми рисками торгового предприятия (с. 164, рис. 3.1); проведенная оценка уровня зрелости системы управления маркетинговыми рисками исследуемых торговых предприятий Донецкой Народной Республики (с.166-170).

Особый интерес вызывает предложенная диссертантом интегрированная функциональная модель информационно-аналитической поддержки принятия решений по управлению маркетинговыми рисками торгового предприятия (с. 176. рис. 3.5), визуализирующая логическую взаимосвязь всех информационных процессов управления маркетинговыми рисками.

Высокую практическую значимость имеет предложенный диссертантом методический инструментарий определения оптимальной стратегии управления маркетинговыми рисками (с. 189-197), который обеспечивает возможность комплексного учета: уровня зрелости системы управления маркетинговыми рисками, уровня маркетинговой рискозащищенности и уровня развития маркетинговых компетенций, что позволяет повысить обоснованность маркетинговых управленческих решений.

Дискуссионные положения и замечания

Положительно оценивая уровень диссертационной работы Анциферовой Елены Артуровны, ее теоретическое и практическое значение, следует отметить

наличие определенных дискуссионных положений и замечаний:

1) в подразделе 1.1, основываясь на современных разработках по управлению рисками предприятия, автор исследует взаимосвязь категорий «нестабильность маркетинговой среды», «неопределенность маркетинговой среды», «маркетинговые риски» (рис. 1.4). На наш взгляд, стоило бы также рассмотреть взаимосвязь понятия «маркетинговые риски» с такими категориями, как: «сложность» и «динамичность»;

2) в первом разделе работы диссертант уделяет значительное внимание важным теоретическим вопросам. Так, на с. 53-54 и в Приложении Д, табл. Д.1 автор приводит систематизацию и характеристику программных продуктов для управления маркетинговыми рисками предприятия. Однако, далее по тексту работы не раскрыто, какие из них диссертант использовал при оценке маркетинговых рисков.

3) в разработанной диссертантом трехмерной модели оценки маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия требуют дополнительной аргументации интервалы допустимых значений концептов возможностей противостояния внешним маркетинговым рискам (с. 145, рис. 2.32);

4) для осуществления качественной оценки отдельных элементов системы управления маркетинговыми рисками на торговых предприятиях диссертант использует разные шкалы. Например, шкала определения ранга возможностей противостояния внешним маркетинговым рискам разработана с использованием формулы Фишберна (с. 102, табл. 2.2); вербально-числовая шкала для идентификации уровней маркетинговых рисков- в зависимости от значения комплексного показателя оценки маркетинговых рисков (с. 123, табл. 2.6). Необходимо обосновать авторскую позицию относительно целесообразности применения данных шкал, а не других;

5) отдавая должное разработкам по дальнейшему развитию научно-методического подхода к диагностике и определению критических маркетинговых рисков (с.92-95), который предусматривает построение серии матриц маркетингового риск-навигатора и позволяет осуществлять

ранжирование маркетинговых рисков по приоритетности учета в стратегической программе, следует отметить, что повышению ценности работы способствовало бы расширение детализированной характеристики каждого поля матрицы маркетингового риск-навигатора (с.114, рис. 2.15) с учетом отраслевой специфики сферы торговли, поскольку данное положение выносится в качестве элемента научной новизны;

б) в третьем разделе диссертант уделяет значительное внимание обоснованию методического инструментария для определения стратегии управления маркетинговыми рисками торгового предприятия. Так, на с.190 приведена функциональная зависимость, определяющая стратегию, описывающую стратегию управления маркетинговыми рисками торгового предприятия. Требуется дополнительной аргументации авторский подход к формированию маркетинговой стратегии, учитывающий уровень маркетинговой рискозащищенности, уровень зрелости системы управления маркетинговыми рисками и уровень развития маркетинговых компетенций торговых предприятий.

Указанные замечания носят дискуссионный характер и не влияют на обоснованность основных выводов и полученных научных результатов. Их следует рассматривать как рекомендации к дальнейшим исследованиям автора по данной проблематике.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п

2.1 Положения о присуждении ученых степеней

Научные положения, разработки, результаты, выводы и рекомендации, выносимые на защиту, получены автором самостоятельно. Содержание автореферата и основные положения диссертации идентичны. Работа полно и достоверно отражает основные положения диссертации.

Стиль изложения материала исследования, выводов и рекомендаций соответствует требованиям научности, последовательности, стилистической чистоты. Язык диссертации лаконичный, корректный и понятный. Главная идея

работы прослеживается как на этапе теоретического обоснования, так и на этапе разработки соответствующих рекомендаций по ее внедрению.

По своей структуре, объему и оформлению диссертация соответствует требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор – Анциферова Елена Артуровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук по специальности
08.00.05 - Экономика и управление
народным хозяйством,
доцент, заведующая кафедрой
маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий
национальный университет»

Т.В. Ибрагимхалилова

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»
283015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186
тел. (062) 302-09-71
e-mail: fcl.ef@donnu.ru
<https://vwww.donnu.ru>



УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ

М.Н. МИХАЛЬЧЕНКО