

ОТЗЫВ

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 и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

Анциферова Елена Артуровна в 2016 году закончила Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности «Менеджмент организаций и администрирование» и поступила в аспирантуру этого же Университета. В октябре 2016 года была принята на должность ассистента кафедры туризма ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», в сентябре 2019 года была переведена на кафедру «Маркетингового менеджмента» где и работает по настоящее время.

За время работы над диссертацией Анциферова Е.А. проявила себя инициативным, целеустремленным, грамотным специалистом и исследователем, способным к аналитическому мышлению, имеющим высокий уровень теоретической и практической подготовки. Научный уровень выполненного автором исследования свидетельствует о глубокой и всесторонней ознакомленности его с вопросами управления маркетинговыми рисками на торговом предприятии, владении методическим инструментарием исследования экономических процессов, знании программных продуктов по анализу данных и умении их использовать в ходе исследования.

Актуальность и выбор темы диссертации обусловлены отсутствием эффективной системы управления маркетинговыми рисками на торговом предприятии. В настоящее время динамичность и открытость бизнес-среды функционирования субъектов хозяйствования, сложность связей между элементами рыночного механизма обуславливают необходимость принятия оптимальных маркетинговых управленческих решений при высоком уровне неопределенности будущих результатов. Это требует идентификации факторов рискованных событий, своевременного прогнозирования возможного их воздействия и оценки последствий с целью разработки и применения соответствующих корректирующих действий, а также минимизации негативных последствий проявления риска. Учитывая, что деятельность любого предприятия всегда связана с различными рискованными событиями, управление рисками в современной практике становится обязательным условием функционирования и конкурентного развития.

В диссертации Анциферовой Е.А. логично выстроены задачи исследования и определена методология его проведения. Структура диссертации сформирована на основании поставленных задач, которые определили логику и этап проведения исследования таким образом, что последовательно осуществляются теоретические, методические и практические разработки рассматриваемых проблем.

Представленные в работе результаты исследования имеют научную новизну:

концептуальная модель управления маркетинговыми рисками торгового предприятия, которая стратегически ориентирована на разработку эффективных маркетинговых управленческих решений и выбор оптимальной стратегии управления маркетинговыми рисками в условиях повышенного уровня неопределенности на основе понимания единства всех элементов модели;

структурно-логическая модель управления маркетинговыми рисками торгового предприятия, которая позволяет на основе сравнения возможных стратегических альтернатив управления маркетинговыми рисками определить вектор целевых ориентиров обеспечения рискоустойчивого развития в стратегической перспективе;

усовершенствован научно-методический подход к оценке возможностей противостояния торговых предприятий внешним маркетинговым рискам, который позволяет установить ранг возможностей противостояния предприятий их влиянию, что способствует принятию обоснованных маркетинговых управленческих решений по нивелированию последствий наступления рискованных событий;

усовершенствован научно-методический подход к определению интегрированного уровня внутренних маркетинговых рисков торгового предприятия, который основывается на системе многокритериальных оценок маркетинговых рисков и позволяет определить стратегические направления целенаправленного управления отдельным его видами с учетом изменений внутренней бизнес-среды торгового предприятия;

усовершенствован научно-методический подход к оценке уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия, который позволяет сформировать систему маркетинговых управленческих решений по обеспечению своевременной реакции на широкий спектр маркетинговых рисков в условиях ресурсных и временных ограничений, способствуя при этом достижению поставленных целевых ориентиров деятельности торгового предприятия;

получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат в части уточнения сущности понятий: «маркетинговый риск предприятия», «управление маркетинговыми рисками», «маркетинговая рискозащищенность»;

получила дальнейшее развитие классификация маркетинговых рисков торгового предприятия на основе систематизации основных критериальных признаков и введения дополнительного: по влиянию на сферы деятельности предприятия;

получил дальнейшее развитие научно-методический подход к диагностике и определению критических маркетинговых рисков, который позволяет на основе построения серии матриц маркетингового риск-навигатора осуществлять ранжирование маркетинговых рисков по приоритетности учета в стратегической программе.

Диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Автор участвовал в выполнении 1 госбюджетной и 2 хоздоговорных тем, в рамках которых были разработаны рекомендации по управлению маркетинговыми рисками в торговых предприятиях. Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, использованы в деятельности торговых предприятий, что подтверждено справками о внедрении. Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при изучении дисциплин экономической направленности.

По результатам исследования опубликовано 17 научных работ, в том числе: 1 коллективная монография, 5 статей в рецензируемых научных изданиях, 4 статьи в прочих изданиях, 7 тезисов докладов. Общий объем публикаций – 4,63 печ. л., из которых 3,52 печ. л. принадлежат лично автору. География публикаций – ДНР, Россия, Канада.

Выше изложенное позволяет сделать вывод, что диссертация Анциферовой Елены Артуровны на тему: «Управление маркетинговыми рисками на торговом предприятии» соответствует требованиям ВАК, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присвоения ему ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Научный руководитель
д.э.н., доцент,
профессор кафедры маркетингового менеджмента

