

## ОТЗЫВ на автореферат диссертационной работы

Анциферовой Елена 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)

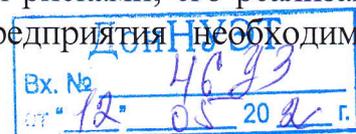
Современная экономическая ситуация характеризуется высокой степенью неопределенности и динамизма внешней среды. В результате воздействия множества взаимосвязанных рискообразующих факторов повышается сложность управления торговым предприятием. В условиях объективно развивающейся рыночной среды возникают различные виды маркетинговых рисков, специфической характеристикой которых является то, что они могут возникнуть не только под воздействием внутренней неопределенности деятельности торгового предприятия, но и неопределенности во внешнем окружении, что обусловлено недетерминированностью экономических процессов и отсутствием полной информации о рыночной среде.

Исходя из вышеуказанного, можно утверждать, что диссертационная работа Анциферовой Елены Артуровны на тему: «Управление маркетинговыми рисками на торговом предприятии» является актуальной, а проведенное исследование является своевременным, отвечающим современным социально-экономическим тенденциям развития экономики Донецкой Народной Республики.

Сформулированные в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют теме диссертации. Положения выносимые на защиту, выводы и рекомендации являются вполне обоснованными, достоверными и основываются на логичном использовании значительного количества научных методов исследования для решения научных задач.

Исследование основывается на авторской концепции управления маркетинговыми рисками (с. 2), являющейся концентрированным выражением научно-обоснованного подхода торгового предприятия, предполагает комплексный подход к решению проблем управления маркетинговыми рисками и направлена на обеспечение маркетинговой рискоустойчивости предприятия.

Заслуживает также внимания предложенный концептуальный подход к управлению маркетинговыми рисками (с. 9, рис. 1), который предусматривает использование системы взаимосвязанных теоретико-методологических положений относительно идеи, законов, целей, задач, принципов, функций, категорий, методов воздействия и методологии для определения стратегии управления маркетинговыми рисками; его реализация будет способствовать обеспечению торгового предприятия необходимым



инструментарием, а также созданию возможностей для совершенствования управления маркетинговыми рисками.

Следует отметить практическую ценность разработанных автором научно-методических подходов: к оценке возможностей противостояния торговых предприятий внешним маркетинговым рискам (с. 11-12), к определению интегрального уровня внутренних маркетинговых рисков торгового предприятия (с. 13), к диагностике и определению критических маркетинговых рисков (с. 13). Заслуживает внимания разработанный методический инструментарий оценки уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия (с. 15, рис. 7).

Вместе с тем, на фоне существующих преимуществ в автореферате присутствуют некоторые недостатки. В частности, на наш взгляд, следовало более подробно раскрыть сущность и особенности оценки уровня развития маркетинговых компетенций и уровня зрелости системы управления маркетинговыми рисками (рис. 9, с. 18) как основы для выбора оптимального типа стратегии управления маркетинговыми рисками; требует дополнительного пояснения характеристика предложенных диссертантом общих стратегий развития торгового предприятия: агрессивной, консервативной, защитной и комбинированных их видов, а также стратегий управления маркетинговыми рисками: превентивной, доминантной, компромиссной и компенсационной (рис. 10, с.19).

Выявленные недостатки не снижают достоинств представленной работы.

Диссертационная работа является законченным научным исследованием важной социально-экономической проблемы управления маркетинговыми рисками на торговом предприятии. Теоретические разработки, обоснования, выводы и предложения получены автором самостоятельно на основании всестороннего изучения, анализа и обобщения теоретического и практического материала, а также путем исследования проблем управления маркетинговыми рисками на торговом предприятии.

Таким образом, диссертационная работа Анциферовой Елена Артуровны. «Управление маркетинговыми рисками на торговом предприятии» отличается научной новизной и практической значимостью, выполнена в соответствии с Паспортом 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, а ее автор 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, Иванов Михаил Федорович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

*Доктор экономических наук  
по специальности 08.00.05 –  
Экономика и управление народным  
хозяйством (региональная экономика),  
доцент, заведующий кафедрой  
менеджмента строительных организаций  
ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия  
строительства и архитектуры»*



*М.Ф. Иванов*

*Подпись д.э.н., доц. Иванова М.Ф. подтверждаю.*

*Ученый секретарь Ученого Совета к.э.н. доц. М.А.Гракова*



*Контактные данные:*

*286123, ДНР, г. Макеевка ул. Державина, 2*

*тел.: +38(062)322-74-71*

*e-mail: mso@donnasa.ru*