

ОТЗЫВ

*на автореферат диссертации 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)*

В условиях неопределенности и высокой изменчивости внешней среды, характерных для торговых предприятий Донецкой Народной Республики, особое значение приобретают вопросы управления маркетинговыми рисками. Маркетинговый риск, с одной стороны, создает условия для целенаправленного функционирования и развития торгового предприятия, воздействуя на интегральные результаты его деятельности, с другой – определяет комплекс необходимых взаимодействий торгового предприятия с системами высшего уровня, внутренними и внешними факторами, которые, могут стать факторами риска и отрицательно повлиять на динамику финансовых результатов.

Для обеспечения результативности маркетинговой деятельности и достижения стратегических целей развития торговые предприятия должны решать ряд задач, среди которых основной является повышение уровня маркетинговой рискоустойчивости. Исходя из этого, диссертационная работа Анциферовой Е.А., которая посвящена управлению маркетинговыми рисками на торговых предприятиях имеет большое научное и практическое значение.

Содержание автореферата позволяет утверждать, что исследованием охвачено значительный комплекс проблем, связанных с совершенствованием понятийного аппарата, методического инструментария управления маркетинговыми рисками на торговых предприятиях. Особое внимание уделено разработке и практической апробации ряда научно-методических подходов по оценке возможностей противостояния торговых предприятий внешним маркетинговым рискам, определению интегрального уровня внутренних маркетинговых рисков, диагностике и определению критических маркетинговых рисков, оценке уровня маркетинговой рискозащищенности. Материал, представленный в автореферате, изложен в логической последовательности, кратко и профессионально. Теоретические обобщения, положения, выводы, рекомендации и разработки, сделанные на основе проведенных автором исследований, указывают на то, что в результате исследования автором получены существенные научные результаты.

Удачным завершением исследования теоретических основ являются усовершенствованные автором концепция и концептуальный подход к управлению маркетинговыми рисками торгового предприятия. Концепция управления маркетинговыми рисками, в отличие от существующих, является концентрированным выражением научно-обоснованного замысла торгового предприятия, предполагает комплексный подход к решению проблем управления маркетинговыми рисками и направлена на обеспечение маркетинговой рискоустойчивости. Концептуальный подход к управлению маркетинговыми рисками (с. 9, рис. 1) 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

Заслуживают также внимания предложенная трехмерная модель оценки маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия (с. 15, рис. 7) и структурно-логическая модель управления маркетинговыми рисками торгового предприятия (с. 17, рис. 8), которая предполагает учет уровней маркетинговой рискозащищенности, зрелости системы управления маркетинговыми рисками, развития маркетинговых компетенций; согласована с общей стратегией развития, позволяет на основе сравнения возможных стратегических альтернатив управления маркетинговыми рисками определить вектор целевых ориентиров обеспечения рискоустойчивого развития в стратегической перспективе, и включает в себя следующие компоненты: теоретическую, аналитическую и стратегическую.

Проведенные исследования основываются на современных научных достижениях, использовании общенаучных и специальных методов исследования и новых информационных технологий.

Диссертационная работа имеет практическое значение, результаты исследований связаны с научными программами, планами госбюджетными и хоздоговорными темами ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», апробированы на научных конференциях, основные результаты исследования опубликованы в рецензируемых научных изданиях и внедрены в практику деятельности торговых предприятий Донецкой Народной Республики. Исходя из этого, можно утверждать, что поставленные задачи диссертантом решены.

Вместе с тем, отмечая значимость проведенного исследования для современной науки и практики, следует отметить присущие автореферату недостатки:

1) в автореферате указано, что в работе разработана модель информационной системы управления маркетинговыми рисками (с. 20-21), которая включает подсистемы: внутренней регистрации маркетинговой информации, маркетинговой разведки, маркетинговых исследований и анализа. При этом по тексту автореферата соискателем не раскрывается содержание и функциональное назначение данных подсистем;

2) на с. 18 автореферата указано, что для определения стратегии управления маркетинговыми рисками торгового предприятия разработан методический инструментарий, обеспечивающий возможность комплексного учета: уровня зрелости системы управления маркетинговыми рисками, уровня маркетинговой рискозащищенности и уровня развития маркетинговых компетенций. Однако осталось не раскрытым авторское обоснование выделения именно этих показателей для определения оптимального типа стратегии управления маркетинговыми рисками торгового предприятия.

Указанные замечания не снижают ценности диссертационной работы и не влияют на главные теоретические и практические результаты. Автореферат и опубликованные работы отражают основные положения диссертации, что позволяет сделать вывод о законченном самостоятельном характере исследования, выполненном на высоком уровне.

Таким образом, содержание автореферата позволяет констатировать, что диссертационная работа на тему «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 – 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, Мешков Андрей Витальевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

*Кандидат экономических наук
по специальности 08.06.01 –
экономика, организация и управление предприятиями,
заведующий кафедрой «Экономика предприятия
и инноватика», доцент кафедры ЭПИ
Государственного образовательного
учреждения высшего профессионального
образования «Донецкий национальный
технический университет»*



А.В. Мешков

Адрес: 83001, г. Донецк,
ул. Артема, 58
Телефон: +38 (062) 301-07-09
e-mail: epr.konf@gmail.com



ПОДОПИСАНО

КМ Сагдолова