

О Т З Ы В

на автореферат диссертационной работы

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)

Современное развитие экономики Донецкой Народной Республики характеризуется возрастающим уровнем неопределенности и риска предпринимательской деятельности, колебаниями рыночной конъюнктуры. В этом контексте трансформируются и ключевые особенности управления маркетинговой деятельностью торговых предприятий, перенося фокус внимания на разработку новых подходов к управлению маркетинговыми рисками с учетом специфических рискообразующих факторов внешней и внутренней среды.

Модернизация процесса управления маркетинговыми рисками на торговых предприятиях Донецкой Народной Республики должна стать первоочередной задачей топ-менеджмента для обеспечения эффективного противодействия угрозам и рискам внутренней и внешней маркетинговой среды их функционирования. Данный аспект подтверждает актуальность и практическую востребованность диссертационной работы.

Содержание автореферата позволяет сделать вывод, что представленные теоретические положения и методические разработки являются инновационными, а также имеют высокую практическую ценность. Полученные научные результаты связаны с установленными в работе задачами. Достижения автора диссертационной работы охватывают как научно-теоретические, так и практические аспекты управления маркетинговыми рисками на торговом предприятии.

Как показывает автореферат, в диссертационной работе рассматривается и решается широкий круг вопросов: от систематизации взглядов ученых к трактовке понятия «маркетинговый риск» в современном научном пространстве (с. 7) до разработки методических и методологических основ исследования, а также прикладного инструментария, который может быть использован для принятия обоснованных управленческих решений в практической деятельности торговых предприятий при управлении маркетинговыми рисками.

Практическую значимость представляет разработанный автором научно-методический подход к оценке возможностей противостояния торговых предприятий внешним маркетинговым рискам, который основывается на методе латентно-структурного анализа, интегрирует локальные комплексные оценки рисков маркетинговой макро- и микросреды, позволяет установить ранг возможностей противостояния предприятий их влиянию. Данный подход способствует принятию обоснованных маркетинговых управленческих

решений по нивелированию последствий наступления рисков событий (стр. 11-13).

Положительное впечатление производит предложенный методический инструментарий оценки уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия (с. 14-15), который учитывает возможности противостояния внешним маркетинговым рискам и уровень внутренних маркетинговых рисков. Данный подход 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 торговых предприятий, поскольку данные вопросы недостаточно рассмотрены в современной экономической литературе.

Особого внимания заслуживает усовершенствованный автором концептуальный подход к управлению маркетинговыми рисками, в отличие от существующих, 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, реализация которого будет способствовать обеспечению торгового предприятия необходимым инструментарием, а также созданию возможностей для совершенствования управления маркетинговыми рисками (с. 9).

Вместе с тем, отмечая целостность и завершенность диссертационной работы, новизну и значимость представленных научных положений и выводов, следует отметить отдельные замечания и пожелания автору:

1. В автореферате на с. 8 указано, что основные виды маркетинговых рисков торгового предприятия (информационные и DG-риски; ресурсные риски; организационные риски; товарные риски; ценовые риски; сбытовые риски; логистические и дистрибутивные риски; риски маркетинговых коммуникаций; HR-риски) были идентифицированы на основе использования методологии DEA. Однако, из текста автореферата непонятно, как именно данная методология была реализована при определении данных видов маркетинговых рисков.

2. Отсутствуют пояснения относительно методологии оценки зрелости процессов управления маркетинговыми рисками торговых предприятий Донецкой Народной Республики (с. 16).

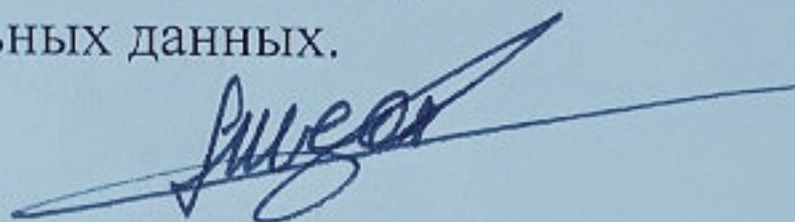
Указанные замечания и пожелания носят рекомендательный характер и не уменьшают научно-практическое значение представленной работы и защищаемых положений.

Рассмотрев основные результаты проведенного исследования, представленные в автореферате, можно сделать вывод, что диссертация является логически завершенным научным исследованием, характеризуется широтой постановки задач, новизной их решения, обоснованностью выводов и рекомендаций, тесной взаимосвязью методических и прикладных аспектов. Полученные результаты исследования основываются на глубокой теоретической разработке проблем, критическом обобщении научных трудов

отечественных и зарубежных ученых. Достоверность полученных результатов базируется на использовании значительного массива данных, подтверждается достаточной апробацией и отражением в научных работах, использованием в учебном процессе, а также внедрением в практику деятельности торговых предприятий.

В целом диссертация на тему «Управление маркетинговыми рисками на торговом предприятии» соответствует установленным требованиям, 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, Шестов Сергей Николаевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.



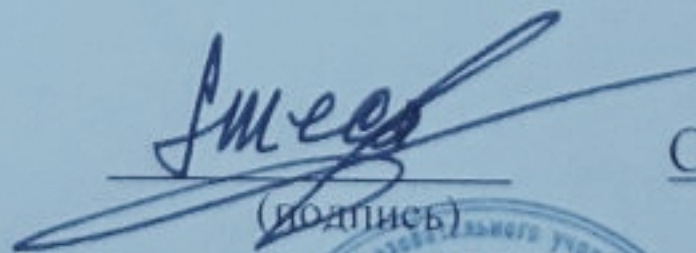
Кандидат экономических наук (специальность 08.06.02 – Предпринимательство, менеджмент и маркетинг) Шестов С.Н.

Адрес: 299011, г. Севастополь, ул. Балаклавская, 11.
e-mail: shestoff.sergej@yandex.ru

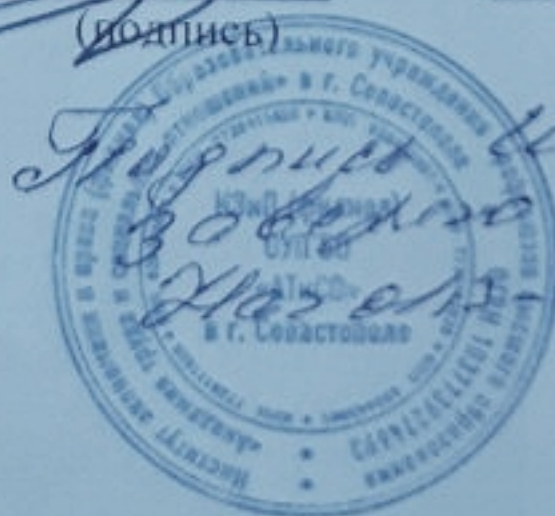
Название образовательной организации: Институт экономики и права (филиал) образовательного учреждения профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений» в г. Севастополе.

Должность рецензента: Директор Института экономики и права (филиал) Образовательного учреждения профсоюзов высшего профессионального образования «Академия труда и социальных отношений» в г. Севастополе, заведующий кафедрой экономики и менеджмента, кандидат экономических наук, доцент.

12 мая 2021 г.



С.Н. Шестов
(ФИО)



Директор Шестова С.Н.

г.п. Шестова