

В диссертационный совет Д 01.004.01 при ГО ВПО
«Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган- Барановского»
Министерства образования и науки Донецкой
Народной Республики Адрес: 83050, г. Донецк,
ул. Щорса, 31, ауд. 1222

ОТЗЫВ

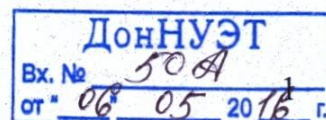
официального оппонента на диссертационную работу Гладкой Виктории Александровны
на тему «Социально-ответственный маркетинг в системе управления предприятием»,
представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по
специальности

08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

Актуальность темы диссертации

Современное состояние экономики характеризуется достаточно высоким уровнем социализации, которая проявляется как в ведении бизнеса в целом, так и в реализации маркетинговой политики в частности. Однозначно можно утверждать, что современные предприятия не могут развиваться, не взаимодействуя с социальной сферой. Повышение результативности их деятельности обеспечивает рост экономического потенциала государства и наоборот - возникновение кризисных явлений на отдельных предприятиях негативно отражается на экономической системе страны в целом. Именно поэтому обеспечение соответствующего уровня управления - одна из важнейших задач, как современной научной теории, так и практики.

Маркетинговая деятельность, выступая обязательным атрибутом функционирования субъекта хозяйствования, изменяется под влиянием действующих тенденций социализации: сформировался и совершенствуется именно социально-ответственный маркетинг, который синтезирует и учитывает интересы предприятий, общества и индивида.



Оптимизация социально-ответственного маркетинга является одним из очевидных и в то же время еще не достаточно используемых и обоснованных резервов повышения эффективности управления предприятием.

Все выше обозначенное свидетельствует об актуальности темы диссертации Гладкой Виктории Александровны, научном значении и практической ценности полученных результатов.

Новизна проведенных исследований и полученных результатов

Содержание диссертации позволяет сделать вывод о том, что поставленная в исследовании цель достигнута. К основным результатам исследования, которые отражают научную новизну и раскрывают содержание диссертации, относятся следующие:

- усовершенствовано определение сущности дефиниции «социально-ответственный маркетинг» (с. 22);
- представлен научный подход к формированию концептуальных основ социально-ответственного маркетинга в системе управления торговых предприятий (с. 42 - 58);
- обоснованы определение и детализация направлений организации социально-ответственного маркетинга в системе управления предприятием (с. 76 - 82);
- усовершенствован научно-методический подход к разработке механизма внедрения социально-ответственного маркетинга в систему управления предприятием в разрезе подготовительного, исследовательского и заключительного этапов (с. 87 - 92);
- предложена модель комплексной оценки внедрения социально-ответственного маркетинга, которая учитывает результаты экспертной оценки весомости отдельных элементов социально-ответственного маркетинга (с. 114-119).

Теоретической и методологической основой диссертационной работы выступили методы научного познания, такие как: диалектический метод, системный анализ, фундаментальные положения экономической теории, теории управления, теории систем; систематизация и обобщение; логический анализ; анализ и синтез; экономико-статистический анализ; эвристические методы; экспертные методы; графический метод и построение аналитических таблиц. Практическое использование указанных методов, безусловно, способствовало обеспечению достоверности и убедительности полученных результатов.

Информационной базой исследования являются законодательные, нормативно-правовые акты, научные труды ведущих отечественных и зарубежных ученых в области как управления предприятием, так и маркетинга. Исследование построено на использовании данных 10 предприятий Донецкого региона, основным видом деятельности которых является розничная торговля.

В диссертационной работе основные выводы и рекомендации проиллюстрированы таблицами, рисунками и приложениями, придающими работе убедительность и доказательность.

Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов,
рекомендаций и заключений

Структура и содержание диссертации свидетельствуют о научном характере проведенного исследования. Следует подчеркнуть системность работы, которая характеризуется логичностью и последовательностью изложения материала.

В первой главе диссертации автор проводит исследование сущности и взаимосвязи социально-ответственного бизнеса и социально-ответственного маркетинга; раскрывает концепцию социально-ответственного маркетинга. Во второй главе работы представлены результаты исследования политики социально-ответственного маркетинга в системе управления предприятием. Совершенствование методического обеспечения внедрения социально-

ответственного маркетинга в систему управления предприятием - это основная задача, которая решается в третьей главе диссертации.

Подобное изложение обеспечивает полный и всесторонний анализ изучаемой научной проблемы. Обоснованность диссертации подтверждается тем, что она базируется на исходном материале, представленном в 212 источниках.

Грамотное применение общетеоретических и специальных методов научного исследования, необходимой и достаточной информационной базой обеспечили обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, полученных Гладкой В.А.

Значимость результатов, полученных в диссертации, для науки и практики

Результаты проведенного исследования имеют как теоретическую, так и практическую значимость. Усовершенствование понятийного аппарата и формирование концептуальных основ социально-ответственного маркетинга в контексте управления торговыми предприятиями свидетельствуют о теоретической значимости полученных результатов.

Практическая ценность присуща:

механизму внедрения социально-ответственного маркетинга в систему управления торговых предприятий с пошаговой детализацией;

методике комплексной оценки внедрения социально-ответственного маркетинга в систему управления предприятием.

Наиболее важные результаты, полученные в диссертации, прошли экспериментальную проверку и получили положительную оценку на пяти международных научно-практических конференциях.

Внедрение результатов исследования в практическую деятельность ряда предприятий Донецкого региона дает возможность:

повысить научную обоснованность процесса управления;

разработать мероприятия организационно-методического характера по оптимизации степени внедрения социально-ответственного маркетинга в систему управления.

Замечания по диссертационной работе в целом

1. Излишнее внимание в диссертационной работе уделено вопросам социальной ответственности бизнеса в целом.

2. Вызывает интерес рассмотрение социально-ответственного маркетинга с позиций системного, ресурсного, ситуационного и процессного подходов. Но отсутствие формализованного представления концепции социально-ответственного маркетинга снижает наглядность, доступность и аргументированность изложения материала.

3. Считаю, что дополнение диссертационной работы вопросами прогнозирования степени внедрения социально-ответственного маркетинга в деятельность анализируемых предприятий может повысить научный уровень и обоснованность принимаемых управленческих решений в контексте социально-ответственного маркетинга.

Общая характеристика диссертационной работы

В целом, несмотря на отмеченные недостатки и замечания, представленная диссертация выполнена на актуальную тему, обобщает накопленный опыт реализации социально-ответственного маркетинга в системе управления предприятием. Приведенные результаты можно классифицировать как новые, обоснованные и имеющие большое практическое и научное значение. Основные положения работы внедрены в практическую деятельность субъектов хозяйствования.

Результаты диссертационной работы, выносимые на защиту, прошли достаточную апробацию на 5 международных конференциях и опубликованы в 8 научных работах, 3 статьи в научных специализированных изданиях. Общий

объем публикаций - 2,40 п. л., из которых 1,95 п. л. принадлежат лично автору.

Оформление и содержание диссертации соответствует установленным требованиям. Автореферат и опубликованные работы отражают содержание диссертационной работы.

Учитывая актуальность выполненных исследований, научную новизну и практическую значимость полученных результатов считаю, что представленная диссертационная работа удовлетворяет всем требованиям пп. 2.2 - 2.5 действующего Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики, а ее автор - Гладкая Виктория Александровна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

Официальный оппонент:

д.э.н., профессор,
заведующая кафедрой маркетинга,
профессор кафедры маркетинга,
Государственное образовательное
учреждение высшего профессионального

образования «Луганский государственный
университет имени Владимира Дала»

91034, г.Луганск, квартал Молодежный, 20а
тел. (0642) 46-12-84
факс: (0642) 46-13-64



Максимова Т.С.

Начальник ОК