

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе

ФГБОУ ВПО «Орловский
государственный университет»,
доктор педагогических наук, профессор

Е.Н. Пузанкова

2014 г.



О Т З Ы В

ведущей организации на диссертационную работу

Оплесниной Елены Евгеньевны

«Маркетинговое управление торгово-технологической системой
в розничной торговле»,

представленной на соискание ученой степени

кандидата экономических наук

по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством
(маркетинг)

Актуальность темы диссертационного исследования.

Современные тенденции развития розничной торговли свидетельствуют об ужесточении конкурентной борьбы между участниками рынка – торговыми предприятиями. Широкое использование маркетинговых инструментов становится ключевым моментом в обеспечении конкурентоспособности торговых сетей. Возможности, реализуемые в процессе маркетингового управления торгово-технологической системой в розничной торговле, проявляются в обеспечении разнообразия функционально-структурных параметров торговых объектов и их адаптации к изменяющимся рыночным условиям. В настоящее время недостаточно разработаны аспекты торгового маркетинга, учитывающие особенности управления торгово-технологическими системами. Диссертационное исследование Оплесниной Е.Е. направлено на исследование подходов к управлению торгово-технологической составляющей, ориентированной на рынок и указывает на актуальность выбранной темы. Учет их внутреннего маркетингового потенциала является реальным фактором, определяющим конкурентоспособность на рынке розничной торговли. Таким образом, тема исследования является актуальной и заслуживает детального рассмотрения.

Степень обоснованности научных положений, выводов и

рекомендаций, сформулированных в диссертации. Достаточная обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций диссертационного исследования обеспечивается использованием в качестве исходной теоретической базы фундаментальных трудов отечественных и зарубежных ученых в области исследований организации маркетингового управления в торговых сетях розничной торговли совершенствования планирования и управления торгово-технологической системой розничной торговли.

В работе использованы различные методы исследования, в том числе: анализа и синтеза, индукции, логического, диалектического и статистического анализа, экспертных оценок, реализуемые в рамках маркетингового управления торгово-технологической системы на предприятиях розничной торговли.

Информационно-документальной базой исследования послужили законодательные и нормативные акты РФ, данные Росстата и территориальных служб государственной статистики Ростовской области, монографические исследования; материалы, опубликованные в периодической печати, отраслевых отчетах; аналитические и прогнозные документы РФ и зарубежных стран; систематические эмпирические исследования автора. Источником первичной информации послужило исследование маркетинговых методов управления торгово-технологической системой предприятий розничной торговли.

В качестве объекта диссертационного исследования автором выбраны предприятия розничной торговли. Базовый объект исследования – гипермаркет торговой сети ЗАО «Тандер» ОАО «Магнит», г. Ростов-на-Дону (Ростовская область). Предметом исследования выступают организационно-экономические отношения, возникающие в процессе управления маркетинговой деятельностью предприятий розничной торговли.

Структура и содержание исследования.

По структуре работа выполнена в традиционном формате и состоит из введения, 3 глав, 9 параграфов, заключения, списка использованных источников, насчитывающего 146 наименований и приложений.

Строение диссертационной работы отличается последовательностью и логичностью. Цель диссертационной работы потребовала постановки и решения ряда конкретных задач, четко сформулированных соискателем, решение которых позволило ему развить научно обоснованные теоретико-методические рекомендации целесообразности, особенностей организации и экономической эффективности внедрения маркетингового управления

торгово-технологической системой в деятельность предприятий розничной торговли.

Содержание автореферата соответствует тексту диссертации, объективно и в достаточной мере отражает научную новизну и основные положения диссертации.

В первой главе, «Теоретические аспекты маркетингового управления торгово-технологическими системами в розничной торговле», соискатель делает терминологический анализ понятийного аппарата, используемого для описания в рамках диссертационной работы. Исследуются общие тенденции и закономерности развития розничной торговли, направлений развития торгово-технологических систем розничной торговли. Выявлены принципы организации торгового обслуживания и торгового сервиса в розничной торговле. Автором предложена интерпретация содержания и сущности категории «торгово-технологическая система предприятия в розничной торговле». («Торгово-технологическая система предприятия в розничной торговле» - это система взаимосвязанных элементов и процессов, обеспечивающая обработку потоков товаров с первого этапа – поступления товаров и до последнего – полная подготовка их к продаже, С. 23). На базе исследования факторов и направлений развития торгово-технологических систем определены принципы их организации на базе торгового обслуживания и торгового сервиса.

Во второй главе, «Организационно-методические подходы к маркетинговому управлению торгово-технологическими системами в торговых сетях», разработана методика оценки функционирования торгово-технологических систем розничной торговой сети, которая позволяет каждому торговому предприятию определить влияние маркетинговых факторов на процессы торгово-технологических систем. Определены маркетинговые факторы эффективности функционирования торгово-технологических систем в сетевой торговле в сопряжении с процессами и операциями этих систем. При этом под маркетинговыми факторами понимаются те явления и процессы хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни, общества, которые вызывают конкурентоспособность предприятия. С этой целью раскрыта специфика влияния внешних и внутренних факторов.

В третьей главе, «Разработка научно-прикладных рекомендаций по организации маркетингового управления торгово-технологической системой в розничной торговле», разработаны методические подходы к моделированию маркетингового управления торгово-технологической системы в розничной торговле, опирающейся на модель маркетинг-микса «6С», как наиболее клиентоориентированную модель управления

маркетингом. Формализован общий подход к моделированию маркетингового управления торгово-технологической системой обособленно от специфических характеристик каждого из форматов. Также было выявлено, что торгово-технологическая система каждого из форматов розничной сети имеет свои специфические особенности организации. Предложен и апробирован алгоритм внедрения модели маркетингового управления торгово-технологической системы на примере гипермаркета «Магнит».

На основе разработанных во второй главе методических подходов проведена апробация оценки торгово-технологических систем на примере предприятий розничной торговли федеральной сети ЗАО «Тандер» ОАО «Магнит». Выявлено, что торгово-технологическая система каждого из форматов розничной сети имеет свои специфические особенности организации.

Завершающим этапом проведённого исследования стало выявление структурных несоответствий между требуемой направленностью управления торгово-технологической системой и реальным вектором управленческого воздействия. С целью нивелирования этих несоответствий разработана программа мероприятий по организации маркетингового управления торгово-технологической системой гипермаркета «Магнит», определены структура и размер затрат на её реализацию.

Новизна результатов исследования, полученных лично автором. Достоверность и новизна научных положений, выводов, рекомендаций, изложенных в диссертации, обеспечены ее логическим построением, использованным методическим аппаратом, соответствующим цели и задачам работы. Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, следует оценить как высокую. Основанием такой оценки послужило изучение большого числа научных источников, статистических материалов. Кроме того, представленные результаты не только научно обоснованы, но и практически применимы на предприятиях розничной торговли и апробированы в торговой сети ЗАО «Тандер» ОАО «Магнит».

Обозначенные автором цель и задачи, как основные ориентиры проводимого исследования, были достигнуты. При этом по ходу исследования диссертантом был выявлен ряд положений, которые сами по себе имеют достаточное научное значение.

В процессе реализации диссертационного исследования автором получены следующие результаты, обладающие научной новизной:

- обоснована авторская интерпретация содержания и сущности категории «торгово-технологическая система предприятия в розничной торговле», что позволило усовершенствовать организацию маркетинговой деятельности за счет формализации внедрения маркетингово-ориентированного управления торгово-технологической системой торговой сети (с. 14-32);

- выявлены и охарактеризованы принципы организации торгового обслуживания и торгового сервиса в розничной торговле, которые дополнены авторскими позициями, учет которых позволяет обеспечить торговое обслуживание, соответствующее формату торгового предприятия при формировании маркетингового управления торгово-технологическими системами (с. 32-105);

- разработана методика оценки функционирования торгово-технологических систем на основе экономических, производственных, технологических и маркетинговых показателей, оцениваемых на основе метода экспертных оценок (с. 106-121);

- предложена авторская универсальная модель организации маркетингового управления торгово-технологической системой, учитывающая специфичность организации маркетингового управления различных форматов (с. 123-145);

- разработан алгоритм внедрения модели маркетингового управления торгово-технологической системой в розничной торговле на основе учета динамики и структуры маркетинговых показателей оценки управления торгово-технологической системой в розничной торговле (с.146-160).

Оценка содержания диссертации, её завершённости, подтверждение публикаций автора. Представленная диссертационная работа представляет собой завершённое по содержанию, по постановке и решению задач исследование.

В диссертации соблюдены принципы: соответствия полученных результатов поставленной цели и задачам, соответствия содержания автореферата содержанию диссертации; соответствия содержания диссертации содержанию опубликованных работ; соответствия темы диссертации заявленной научной специальности.

Наряду с отмеченными достоинствами диссертационной работы, вместе с тем, следует остановиться на **ее недостатках, упущениях и дискуссионных моментах:**

1. В теоретическом разделе диссертационного исследования автором не достаточно разъяснена терминология понятия торгово-технологической

системы, что, несомненно, придало бы результатам исследования неоспоримую инновационность (п.1.1, с.21-25).

2. Разработанные маркетинговые факторы автором не отражают изменения в маркетинговом управлении торгово-технологической системой в динамике (п.2.2, с.80-102).

3. Требуется уточнения авторский вклад в развитие системы маркетингового управления СТМ (п.2.3, с.106-115).

4. В гл.3 в отношении описательной части мало раскрыта концепция моделей «6Р» и «6С». Более детальное описание табличных форм трансформации данных моделей для торговых сетей сделало бы специфику модели «6С» более очевидной для розничной торговли (п.3.1, с.121-132).

Однако важно заметить, что отмеченные недостатки не снижают общей весьма положительной оценки диссертационного исследования.

Рекомендации по использованию полученных результатов и выводов. Выводы и предложения диссертационного исследования могут быть использованы при внедрении модели маркетингового управления торгово-технологической системы на предприятиях розничной торговли.

Теоретическая значимость данной работы состоит в развитии представлений о возможностях применения маркетингового управления торгово-технологической системы в розничной торговле для описания, анализа и моделирования комплекса маркетинга для различных форматов торговли, концепции маркетингового управления и подходов к её развитию.

Практическая значимость проведённого исследования заключается в разработке автором конкретных рекомендаций по применению основных положений диссертации в сфере розничной торговли, торговых форматах, с учётом выявленных тенденций и эффектов. Ряд теоретических и методических положений диссертации могут быть использованы в учебном процессе, в частности, при изучении дисциплин «Маркетинг в торговле», «Маркетинг», «Экономика в торговле».

Общее заключение. Основываясь на положительной оценке работы, актуальности, новизне исследования, принимая во внимание личный вклад автора в разработку данной проблемы, можно считать, что диссертантом решена актуальная задача внедрения модели торгово-технологической системы в розничной торговле на основе маркетингового управления, отвечает современным потребностям развития розничной торговли, обеспечивает её эффективное развитие. Диссертационная работа представляет собой целостное, логичное, самостоятельное и завершённое исследование, основные выводы автора в достаточной степени обоснованы. Опубликованные по теме исследования работы и автореферат отражают

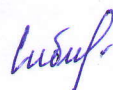
основные положения и выводы диссертации.

Диссертационная работа Оплесниной Елены Евгеньевны «Маркетинговое управление торгово-технологической системой в розничной торговле» отвечает требованиям ВАК РФ, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Оплеснина Е.Е. – заслуживает присуждения искомой учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Отзыв рассмотрен и одобрен на заседании кафедры товароведения, сервиса и торговой инфраструктуры факультета технологии, предпринимательства и сервиса ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет» (Протокол № 12 от 5 июля 2014г.).

Отзыв подготовлен:

зав. кафедрой товароведения,
сервиса и торговой инфраструктуры
факультета технологии, предпринимательства и сервиса
Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Орловский государственный университет»
доктор экономических наук, профессор



Е.В. Сибирская

Подпись Е.В. Сибирская зав. кафедрой
Секретарь Ученого совета ОГУ



Почтовый адрес:

302028, Орловская область, г. Орел, ул. Комсомольская, д.95

E-mail: fakultet.tps@mail.ru

Телефон: (4862) 761206, (4862) 763815