

---

**ОТЗЫВ**  
**на автореферат диссертации**  
**Оплесниной Елены Евгеньевны на тему:**  
**«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)**

На современном этапе розничная торговля в России характеризуется наличием и развитием ряда тенденций, определяющих перспективу структурного развития этого сектора экономики, обладающего значительным потенциалом и вносящего существенный вклад в национальную экономику. Одна из таких тенденций – эволюция форматов ведения розничной торговой деятельности, выраженная в появлении и ускоренном развитии современных торговых сетей национального масштаба. В тоже время, необходимо развитие теоретических основ и разработка рекомендаций по совершенствованию методов управления торгово-технологической системой на основе маркетинга в различных форматах розничной торговли как способа повышения эффективности управления. Решение данных задач в исследовании Е.Е. Оплесниной указывает на актуальность и теоретико-методическую значимость основных положений представленной работы.

Поддерживая в целом такое целеполагание в исследовательской позиции Оплесниной Е.Е., отметим, что современное видение возможностей торможения процесса перераспределения торгового пространства между торговыми сетями и всеми остальными операторами, должно быть реалистичным. В определенной степени оно не должно быть предвзятым, поскольку существуют мировой опыт, технологии индустриализации в торговле, глобализация и повышение открытости экономик, эффект масштаба и т.д. Вся эта рыночная атрибутика отображает резонное понимание того, что власть сетей непоколебима. Этот императив должен быть принят во внимание и торговыми операторами, и поставщиками, которые будучи неспособными повысить качество продукции, освоить маркетинг и интегрироваться, развивая зонтичные бренды и коллективные стратегии экспансии – будируют общественность и бизнес-сообщество, манипулируя фактами несправедливого рыночного диктата ритейла.

К наиболее значимым результатам диссертации относится выявление основных подходов к моделированию маркетингового управления торгово-технологической системой для различных торговых форматов, разработка системы маркетинговой оценки системы, основанной на таких группах показателей, как: экономические, производственные, технологические, торговые и маркетинговые.

Важное значение имеют предложенные аналитические методы оценки инструментов маркетингового управления торгово-технологической системой и рекомендации по их реализации.

К недостаткам автореферата можно отнести следующее замечание.

Судя по автореферату, автор недостаточное внимание уделил нормативно-правовым вопросам регулирования торгово-технологических процессов, их влияния на маркетинговое управление.

Данный недостаток не снижает общую положительную оценку представленной работы.

Заключение. Диссертация отвечает требованиям ВАК, п.9 «Положения о порядке присуждения учёных степеней», автор работы, Оплеснина Елена Евгеньевна, заслуживает присуждения степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Профессор кафедры менеджмента и маркетинга  
ФГБОУ ВПО «Уфимский государственный  
авиационный технический университет»  
доктор экономических наук, профессор



Амирханова Л.Р.



Контактная информация:

Адрес: 450000, Респ. Башкортостан, г. Уфа, ул.К.Маркса, д. 12, корпус 3, ауд. 218.  
Телефон: +7(347)273-16-32. E-mail: [management@mail.ru](mailto:management@mail.ru)