

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

Основой товарного хозяйства является рынок. Наличие рыночных отношений в экономике обеспечивает возможность полноценного товарного обращения, обмена денег на товары и товаров на деньги. Торговля вносит значительный вклад в развитие товарного обращения. Она обеспечивает десятую часть всех налоговых поступлений в бюджет Российской Федерации, является лидером по количеству созданных рабочих мест.

Уровень развития торговли очень неоднороден по регионам Российской Федерации. Это выражается как в уровне цен, в обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов, товарным ассортиментом, предоставляемым торговым сервисом. Розничный продавец должен быть ориентирован на клиента и обеспечить ценности, которые он получает в результате потребления, поэтому использование инструментария маркетинга при построении и конструировании розничной торговли обеспечивает ключевые факторы успеха торговой деятельности. Кто должен определять наполнение и содержание торгового формата, характеризующегося определенным торгово-технологическим процессом? Что следует понимать под маркетинговым управлением торгово-технологическими процессами? Ответы на эти ключевые вопросы, определяющие актуальность выбранной темы, теоретико-методическую значимость работы, пытается дать соискатель в представленном научном исследовании. Отметим также, что маркетингового управления торгово-технологическими процессами, в настоящее время в научной литературе освещены не достаточно. Системный подход, используемый Оплесниной Е.Е., обеспечивающий учет полученных результатов другими авторами по исследуемой проблеме маркетингового управления торгово-технологическими проблемами, представляется эффективным и действенным.

К наиболее значимым результатам диссертации, на наш взгляд, относится выявление общего подхода к формированию маркетингового управления

торгово-технологической системы, который обладает универсальностью в целях обеспечения его применимости в рамках всей торговой сети. Формализация этапов и процессов маркетингового управления торгово-технологической системой, в соответствии с авторской моделью, позволяет торговым предприятиям оптимизировать бизнес-процессы для адаптации к современным жёстким рыночным условиям и требованиям потребителей.

В качестве недостатков работы, можно указать следующее замечания, требующие авторских уточнений.

Во-первых, при формулировании подхода к формированию маркетингового управления торгово-технологической системы автор недостаточное внимание уделил другим форматам торговых предприятий.

Во-вторых, не исследованы вопросы, связанные с социально-этической трактовкой маркетингового управления торгово-технологическими процессами. В частности, социальные функции торговых форматов не представлены, их влияние на развитие предприятий не отражено в работе.

Указанные недостатки могут быть устранены в ходе дальнейшей работы по данной теме.

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

Профессор кафедры маркетинга
Института управления ФГБОУ ВО
«Санкт-Петербургский государственный
экономический университет» (СПбГЭУ)
Доктор экономических наук, профессор



Багиев Г. Л.

Подпись Багиева Г. Л. заверяю:



Адрес: Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д.30/32, ауд.2071
Телефон: (812) 310-18-87. E-mail: dept.km@unecon.ru