

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Гучетль Рузаны Гиссовны «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности:

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством – маркетинг

Представленное диссертационное исследование Гучетль Р.Г. безусловно актуально. Маркетинговая деятельность является важнейшим звеном в управлении предприятием. От ее эффективности и результативности напрямую зависит, насколько функционирование всей компании будет успешным. Маркетинг является руководством к действию в условиях современной рыночной экономики, эффективным инструментом управления и планирования. Результативность маркетинга – это уровень реализации маркетинговых целей и стратегий. Сегодня в непростых конкурентных условиях происходят быстрые изменения в окружающей среде, появляются новые запросы потребителей, новые технологии, информационные ресурсы и т.д. Одним из наиболее эффективных инструментов управления является система сбалансированных показателей.

Разработанная Робертом Капланом и Дэвидом Нортоном, система сбалансированных показателей (ССП), основанная на видении и стратегии, которая отражает наиболее важные аспекты бизнеса, сегодня является очень актуальной в связи с революционным внедрением новых информационных технологий. Именно СПП позволяет сосредоточиваться только на стратегически важной для развития организации информации.

Таким образом, исследуемая соискателем тема «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей» сегодня является очень актуальной.

Гучетль Р.Г. выдвинута гипотеза, заключающаяся в научном предположении о необходимости единого подхода к стратегическому управлению и управлению маркетинговой деятельностью, которое целесообразно осуществлять на основе системы сбалансированных показателей, адаптированных под задачи маркетинга, которые, в свою очередь, вытекают из общей бизнес-ориентации предприятия (автореферат, с. 6). Для обоснования своей гипотезы автор для каждой бизнес-ориентации разрабатывает СПП с конкретными перспективами, сгруппированными на основании целей (автореферат, с. 13).

Опираясь на полученные теоретические результаты, соискатель предлагает авторское определение результативности маркетинга, а также группировку маркетинговых функций, посредством которых будут достигаться оперативные и стратегические цели (автореферат, с. 11).

Необходимо отметить проделанную автором работу по классификации основных целей результативной деятельности предприятия в зависимости от принятой бизнес-ориентации (автореферат, с. 12). Особый интерес

представляет подробная и последовательная методика управления результативностью маркетинговой деятельности на основе ССП, предложенная Гучетль Р.Г. (автореферат, с. 14-19). Система «Farout», предложенная Б. Бенсуссаном и К. Фляйшером, дополнена соискателем такими критериями, как полнота, целостность, совершенство и достижение целей (автореферат, с. 22-24).

Гучетль Р.Г. была существенно проработана практическая сторона вопроса, нашедшая отражение в разработке ССП маркетинговой деятельности кондитерского предприятия ОАО «КФ «ТАКФ» (автореферат, 20-21).

В структуре диссертационной работы прослеживается системный подход, что делает ее логичной и последовательной. Достоверность полученных в ходе исследования результатов подтверждается успешной апробацией и широким спектром возможного практического применения.

Текст автореферата дает основание для вывода, что диссертационная работа может быть оценена как достаточно обоснованное решение исследовательской задачи, однако, как и любое, действительно научное, исследование, она содержит ряд спорных моментов.

Так, из автореферата не ясно, на каком основании и из каких проведенных исследований выделены факторы, обуславливающие необходимость разработки методики управления результативностью маркетинговой деятельности. Например, как автор обоснует такой фактор, как недофинансирование маркетинга?

В целом указанный недостаток не умаляет достоинств представленной работы, замечание носит рекомендательный характер. По совокупности полученных соискателем результатов, их научной новизне и практической значимости диссертация Гучетль Р.Г. на тему «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей» соответствует требованиям п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации, предъявляемым к кандидатским исследованиям. Гучетль Рузана Гиссовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (Маркетинг).

Профессор кафедры менеджмента и
маркетинга Тверской государственной
сельскохозяйственной академии
д.э.н., доцент

Глебова А.Г.

Глебова Анна Геннадьевна

Адрес: 170904, Тверская область, г. Тверь, Сахарово,
ул. Маршала Василевского, д. 7, корп. 5

Тел. (4822)53-16-83

E-mail: annaglebowa@mail.ru

*Заведующий сектором
научной работы*

