

О Т З Ы В

на автореферат диссертации Гучетль Рузаны Гиссовны «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальностям: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Оценка и управление результативностью маркетинговой деятельности на предприятии выступает актуальной задачей вне зависимости от масштабов и организационной формы предпринимательской структуры, что отражено в научных и практико-ориентированных публикациях отечественных и зарубежных исследователей. Данный факт подтверждается многоаспектностью маркетинга и его интеграцией практически во все сферы деятельности предприятия, что с другой стороны затрудняет, а порой делает невозможным, оценку результатов общей маркетинговой деятельности в конкретных показателях.

В условиях дефицита ресурсов, маркетинг как подсистема управления предприятием находится в зоне повышенного риска сокращения финансирования и приоритетности, что недопустимо при формировании стратегии развития с учетом динамичных изменений внешней среды.

Видится целесообразным использование системы сбалансированных показателей в качестве базиса авторской методики управления результативностью маркетинговой деятельности, позволяющей сопоставить роль, место и достигнутые результаты маркетинга в общей управленческой стратегии предприятий, что отражено в рабочей гипотезе исследования (с. 6).

Исходя из поставленных цели и задач работы, стоит отметить системный подход соискателя к изучению заявленной проблематики. Широкая география публикаций Гучетль Р.Г. и представленные справки о внедрении позволяют сделать вывод об успешной апробации как теоретических, так и прикладных аспектов диссертации.

Представляет интерес авторский подход к определению результативности маркетинга, как к уровню реализации комплекса маркетинговых функций (с.11). Предложенная буквенно-цифровая индикация данных функций находит дальнейшее отражение в заключительной части работы (табл.2, с.21), что позволяет рассуждать о комплексном подходе и подтверждении гипотезы о возможности декомпозиции общих стратегических задач на уровень отдельных функций маркетинга как на этапе оценки, так и на этапе управления результативностью.

Наиболее важным исследованием, имеющим практическую значимость, является проведение глубокого эмпирического исследования предприятий г. Тамбова и Тамбовской области и проработка большой аналитической базы, что подтверждает предположение о принадлежности большинства предприятий к бизнес-ориентации «Product out» (с. 13-15), что позволило

соискателю выявить факторы (с. 14), обуславливающие необходимость разработки методики управления результативностью маркетинговой деятельности.

Разработанная методика управления, состоящая из 9 этапов (с.16), отличается универсальностью и применимостью к предприятиям, реализующим любую из трех бизнес-ориентаций компании (Product out, Market in, Invest in). Апробация методики проведена автором применительно к лидирующему в Тамбовском регионе предприятию кондитерской промышленности ОАО «КФ «ТАКФ» (с. 20-21).

Давая высокую оценку проведенному исследованию, хочется отметить некоторые несущественные недостатки, не снижающие общей научной ценности диссертационной работы.

1. На с.21 автор приводит значение интегрального показателя для ОАО «КФ «ТАКФ», однако в тексте автореферата не отражен способ и исходные данные для его расчета, что требует пояснений.

2. Хотелось бы уточнить выявленные в результате применения разработанной методики проблемные области маркетинговой деятельности исследуемого предприятия и рекомендации по их устранению.

В целом представленная к защите работа Гучетль Р.Г. на тему: «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей» отвечает требованиям п.9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013, а ее автор – Гучетль Рузана Гиссовна заслуживает присуждения ученой степени кандидат экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством - маркетинг.

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им.Г.Р. Державина», кафедра «Менеджмент и маркетинг», зав. кафедрой, д.э.н., профессор

 Лапшин В.Ю.

Владислав Юрьевич Лапшин
Адрес: 392000 г. Тамбов, ул. Советская, д. 181 «И», кабинет 401
Телефон: 8 (4752) 712222 доб.4016
E-mail: tmbtsukafmarketing@yandex.ru

Подпись Лапшина В.Ю. заверяю
зам. начальника Управления кадров
ФГБОУ ВПО "ТГУ им. Г.Р. Державина


Котова И.А.