

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**

Осмысление проблемы маркетингового управления торговым предприятием в настоящее время актуально на фоне появления новых форм розничной торговли, развитии мультимедийности. Необходимость исследования подходов к управлению торгово-технологической составляющей, реализуемых в том числе за счёт внутреннего маркетингового потенциала, является определяющим фактором конкурентоспособности торгового предприятия на рынке розничной торговли. Особую научно-методическую значимость имеет исследование проблем маркетингового управления и оценки торгово-технологической системы в розничной торговле. Именно с этой проблемой непосредственно связаны задачи исследования Оплесниной Е.Е., что указывает на актуальность темы диссертации.

Гипотеза автора о том, что эффективная организация коммерческой деятельности зависит от качественно реализуемого управления, основой которого становится клиентоориентированный подход, а реализуя маркетинговое управление, менеджмент розничной сети сможет обеспечить формирование ценностной ориентации на потребителя, диверсифицировав сервис для всех форматов представляется вполне корректной и адекватной современным направлениям развития маркетингового управления. Работа имеет практическую направленность. Разработанные практические рекомендации могут быть использованы предприятиями розничной торговли при организации маркетингового управления торгово-технологическими системами с целью адаптации внутренних факторов к внешним рыночным реалиям. Представленные модели и алгоритм могут быть использованы в

деятельности образовательных и розничных организациях, что подтверждают полученные акты внедрения. Особый интерес, на наш взгляд, имеет предложенный автором алгоритм внедрения модели маркетингового управления торгово-технологической системой на примере гипермаркета.

Анализ положений работы, содержащих приращение научного знания, показывает, что они достаточно точно характеризуют и высвечивают сложность процессов, протекающих в системе маркетингового управления торгово-технологической системой.

В качестве недостатка работы, судя по автореферату, можно отметить следующее.

Анализ маркетинговых факторов по схеме общей модели маркетингового управления торгово-технологической системы в формате «торговая сеть» (стр.15), несомненно, усилил бы значимость исследования.

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

Заведующий кафедрой

«Менеджмент и маркетинг»

ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина»,
доктор экономических наук, профессор



Лопатин В.Ю.

Адрес: 392000, г. Тамбов, ул. Советская, 181и, каб. 401

Телефон: 8 (4752) 71-22-01, доб. 4220

E-mail: tmbtsukafmarketing@yandex.ru

ФГБОУ ВПО «Тамбовский
государственный университет имени
Г.Р. Державина»

Подпись

ЗАВЕРЯЮ

Начальник управления кадров

“08”

2014