

## Отзыв

на автореферат диссертации Штезеля Андеря Эрвиновича на тему «Управление продажами банковских услуг и продуктов в современных условиях конкурентной рыночной среды», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

В свете последних изменений в банковских системах стран с развитой рыночной экономикой и в связи с реальной экономической ситуацией в России освоение коммерческими банками новых маркетинговых технологий и приемов совершенствования бизнеса становится жизненно важным. На это ориентируют универсализация банковской деятельности, выход ее за границы традиционных операций, усиление конкуренции с иностранными банками, появление у банков конкурентов в лице небанковских организаций.

В Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации определены в качестве внутренних препятствий для развития банковского сектора неразвитость систем управления, слабый уровень бизнес-планирования и подчеркивается необходимость создания более благоприятных условий для развития инфраструктуры рынка банковских услуг, прежде всего в регионах. Внедрение современных маркетинговых подходов совершенствования банковского бизнеса способствует росту доходности, снижению рисков банковской деятельности и является непременным условием обеспечения соответствия всей деятельности банка процессам, развивающимся на рынке. Именно активизация маркетинговых резервов, и прежде всего качественный рост системы продаж позволяют эффективно реализовать заявленное в Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу направление на развитие новых сегментов рынка банковских услуг, ориентированных на предоставление широкого спектра банковских продуктов конечному потребителю.

В условиях наметившейся в банковском секторе тенденции организационного обособления розничного направления от корпоративного банкинга важнейшей задачей в деле совершенствования банковского бизнеса является внедрение современных инноваций, обеспечивающих реальное

снижение издержек на обслуживание частных клиентов при обеспечении стабильного объема продаж. Соответственно, на рынке банковских услуг банковских услуг наблюдается переход от сервисной культуры к культуре розничной торговли, нацеленной на увеличение продаж, что делает актуальным использование современных маркетинговых подходов в управлении активными операциями коммерческого банка и стимулирует создание инструментария активных продаж для коммерческого банка.

Научная новизна исследования, представленная как комплекс новаций теоретического, методического и методологического характера, высказанных и апробированных автором в ходе исследования, представляется достаточно обоснованной. Автором предложена оригинальная концепция управления продажами банковских услуг и продуктов на основе развития пассивных, активных и комбинированных форматов продаж, направленная на формирование конкурентоспособной маркетинговой компетенции в пределах конкретного рынка.

В автореферате приведены достаточно интересные данные эмпирического исследования автора, подтверждающие его навыки и умения к организации маркетинговой исследовательской деятельности.

Автореферат оформлен в соответствии с современными требованиями, содержит все необходимые элементы, характеризует авторское приращение научного знания по исследуемой проблеме.

Вместе с тем, анализ его содержания позволил сформулировать следующие замечания:

1) при формулировке предмета исследования автор отмечает роль и значение корпоративной системы продаж банка как источника конкурентного преимущества, однако в автореферате этот тезис не получил своего развития;

2) в рисунке 1 автореферата упор сделан на демонстрацию функций системы продаж услуг и продуктов коммерческого банка, однако не приведены ключевые показатели, характеризующие выполнение этой маркетинговой функции;

3) в автореферате не получили своего развития проблемы маркетинговой ориентации и стимулирования продаж персонала кредитной организации.

В целом, судя по автореферату, диссертация Штезеля А.Э. отвечает квалификационным требованиям Высшей Аттестационной Комиссии, а ее автор Штезель Андрей Эрвинович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Профессор кафедры маркетинга и рекламы  
ФГБОУ ВПО «Омский государственный  
университет им. Ф.М. Достоевского»

Исаева Е.В.

Подпись Исаевой Е.В. заверяю

*Исаева*  
— Колл (Совсемлевкселе Л.И. —  
У. сенф Олелел/.

Адрес: 644077, г. Омск, пр. Мира, 55-а

Телефон: (3812) 67-36-20

Электронная почта: ev\_isaeva@mail.ru

