

**Отзыв на автореферат диссертации
ОПЛЕСНИНОЙ ЕЛЕНЫ ЕВГЕНЬЕВНЫ
«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**

Динамичное развитие розничной торговли предопределяет обострение конкуренции изменение характера конкурентной борьбы в этой сфере, обуславливает необходимость расширения области применения средств маркетинга в управлении торговыми предприятиями. Однако быстрые темпы глобализации мировой экономики, высокая степень схожести товаров различных производителей и индивидуализация запросов потребителей снижают эффективность ценовых методов ведения конкуренции и применения традиционных инструментов маркетинга. В этой связи возникает необходимость маркетингового управления с позиции торгово-технологической системы в розничной торговле с учётом мультиформата торговой сети, что говорит об актуальности исследования данной проблемы Оплесниной Е.Е.

Осуществление анализа теоретико-методических и организационных основ маркетингового управления с учётом специфики его функционирования, а также разработка методических подходов к организации маркетинговой оценки для различных торговых форматов подтверждает направленность диссертационного исследования Оплесниной Е.Е. на решение данных задач и указывает на актуальность и значимость проблемы.

К наиболее существенным результатам исследования, на наш взгляд, относятся следующие положения. Во-первых, учёт принципов организации торгового обслуживания и торгового сервиса в розничной торговле при формировании маркетингового управления торгово-технологическими системами для обеспечения выполнения задач касаясь всех форматов. Во-вторых, маркетинговое управление всеми процессами торгово-технологической системы.

В качестве недостатка автореферата можно указать следующее. Судя по материалам автореферата, автор недостаточно обоснованы процессы в

отношении контактного персонала в табл.2, стр. 16 специфики модели маркетингового управления торгово-технологической системы для формата супермаркет.

В целом, несмотря на сделанные замечания, диссертационное исследование Оплесниной Е.Е. представляет собой завершенное научное исследование, в котором поднимается крайне важная и эмпирически зрелая проблема маркетингового управления торгово-технологической системой в розничной торговле. Автор обосновывает собственное видение путей решения этой проблемы, опираясь на фактографически целостную дескрипцию общей картины, условий, факторов и сложностей современного институционального роста розничной торговли и возможностей противостояния этому процессу на периферии.

Все это позволяет сделать вывод о том, что представленная диссертация отвечает требованиям п.9 ВАК РФ «Положения о порядке присуждения учёных степеней», а её автор – Оплеснина Елена Евгеньевна – заслуживает присуждения степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Профессор кафедры маркетинга и логистики
Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего профессионального учреждения
«Санкт-Петербургский государственный
торгово-экономический университет»
Доктор экономических наук, профессор

М.Б. Яненко



М.Б. Яненко

“ЗАВЕРЯЮ”

Адрес: ул.Новороссийская, 50, г.Санкт-Петербург, ауд. 1329.
Телефон: (812) 297-82-40. e-mail: ftiept@ice.spb.ru