

Отзыв

научного руководителя на диссертацию Оплесниной Елены Евгеньевны на тему: «Маркетинговое управление торгово-технологической системой в розничной торговле»

Оплеснина Е.Е. является аспирантом Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донской государственный технический университет» (ДГТУ). Диссертация выполнена на кафедре «Организация производства и маркетинг».

Область научных интересов соискателя – розничная торговля, маркетинг, торговый сервис. Оплеснина Е.Е. активно занимается проблемами маркетингового управления торгово-технологическими системами в розничной торговле.

Диссертация Оплесниной Елены Евгеньевны на тему: «Маркетинговое управление торгово-технологической системой в розничной торговле» посвящена актуальной проблеме: без использования инструментария маркетинга в сфере розничной торговли, направленного на улучшение организации торгово-технологического процесса, торговым компаниям трудно удерживать свои конкурентные позиции.

При выполнении данной диссертации автор проявил себя исключительно добросовестным, вдумчивым и зрелым исследователем, способным четко определить и сформулировать цели и задачи, глубоко осмысливать и анализировать полученные результаты, определить необходимые методы исследования. Оплесниной Е.Е. удалось грамотно обработать полученные результаты, используя современные методы статистической обработки данных, что не позволяет подвергнуть сомнению объективность сделанных заключений.

В процессе работы над диссертацией автор изучил большой объем литературных источников за последние 5 лет, посвященных проблеме маркетингового управления торгово-технологическими системами.

Оплеснина Е.Е. предложила авторскую интерпретацию содержания и сущности категории «торгово-технологическая система предприятия розничной торговли», систематизировала принципы организации торгового обслуживания и торгового сервиса, разработала методику оценки функционирования торгово-технологических систем розничной торговой сети на основе ряда факторов, предложила универсальную модель организации маркетингового управления торгово-технологической системой, разработала комплекс процедур по внедрению модели маркетингового управления торгово-технологической системой в розничной торговле.

Научная новизна исследования состоит в научном обосновании ряда теоретико-методических и организационно-практических положений, сосредоточенных на адаптации управления торговыми предприятиями к требованиям потребителей, посредством реализации маркетингового управления торгово-технологической системы.

