

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

экспертной комиссии Диссертационного Совета Д 212.101.13

Кубанского государственного университета

по предварительному рассмотрению диссертации

Гучетль Рузаны Гиссовны

на тему: «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности **08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг»**

Экспертная комиссия в составе председателя д.э.н., профессора Хутыз З.М., д.э.н., профессора, Воронова А.А., д.э.н., профессора, Кравченко Н.П., д.фил.н, профессора, проанализировав кандидатскую диссертацию и научные работы Гучетль Р.Г., пришла к следующим выводам:

1. В диссертация Гучетль Р.Г. на тему: «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей» показана основная роль маркетинга в качестве интегратора, выступающего в качестве ключевого управляющего звена в обеспечении межфункциональной координации в системе управления предприятием в условиях современной экономики. Результатом маркетинговой деятельности является достижение поставленных целей посредством реализации маркетинговых функций. Маркетинг во многом определяет функционирование других сфер деятельности. Автор объясняет это тем, что в деятельности предприятия маркетинговые функции влияют на другие сферы компании и тем самым способствуют повышению результативности маркетинговой деятельности.

В работе проанализированы различные подходы к сущности понятия «результативность маркетинга», которые помогли выявить явные отличия от категории «эффективности» маркетинга и показать отсутствие однозначного толкования данных понятий. Проведен терминологический анализ понятия

«результативность», в рамках которого автором предложена авторская трактовка термина «результативность маркетинга», отражающая ключевую роль выполнения комплекса маркетинговых функций, нацеленных на достижение стратегического результата предприятия.

Гучетль Р.Г. систематизировала основные показатели и цели маркетинговой деятельности в рамках конкретных бизнес - ориентаций. В диссертационном исследовании выделены доминанты стратегического развития для каждой бизнес - ориентации.

Автором разработана система показателей управления результативности маркетинговой деятельности на основе ССП, отличительной чертой которой является принятие за основу бизнес - ориентации, формирующей уровень стратегического управления.

Гучетль Р.Г. было проведено эмпирическое исследование более 200 предприятий г. Тамбова и Тамбовской области, которое подтвердило необходимость и востребованность в разработке методических подходов оценки результативности маркетинговой деятельности.

Автором предложен и обоснованы мероприятия по управлению результативностью маркетинговой деятельности предприятий кондитерской промышленности. Предложенная методика управления результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей апробирована в ходе ее внедрения на ОАО «КФ» ТАКФ».

Также автором сформированы резервы совершенствования методики управления результативностью маркетинговой деятельностью на основе ССП с помощью усовершенствованной системы «farout».

В настоящее время методы повышения и оценки результативности маркетинговой деятельности представлены в основном теоретически и не имеют достаточного эмпирического обоснования. Адаптация к динамичным изменениям рынка и выбор оптимальной стратегии развития на основе повышения результативности маркетинговой деятельности являются сегодня центральной проблемой для российских предприятий.

Это дает основание считать, что диссертация соответствует профилю Диссертационного Совета Д 212.101.13 и специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

2. Разработка методики управления результативности маркетинговой деятельности является актуальной, так как в контексте общего управления на основе системы сбалансированных показателей с учетом бизнес-ориентации компании, способствует достижению оперативных и стратегических маркетинговых целей и решения задач посредством точечной реализации маркетинговых функций. Использование системы сбалансированных показателей при оценке и повышении результативности маркетинговой деятельности формализует концепцию клиентоориентированности, как ключевую идею, реализуемую персоналом на различных уровнях, через систему показателей связанных со стратегическими целями компании.

3. Основные положения и выводы диссертации научно обоснованы. Во-первых, в диссертации использованы фундаментальные разработки, представленные в классических и современных трудах отечественных и зарубежных ученых. Во-вторых, обоснование теоретических положений и аргументация выводов осуществлялись на основе системного, объектно-ориентированного подходов, помощью методов экспертной оценки и эмпирическим путем.

4. Основные положения и результаты исследования докладывались на международных, российских и региональных научно-практических конференциях. Опубликовано ряд работ, соответствующих тематике диссертационного исследования, общим объемом 9,85 п.л.

5. Диссертация обладает научной новизной.

6. Диссертационная работа имеет практическую значимость.

Концептуальные положения и выводы диссертационного исследования позволяют обновить и расширить существующие научные представления о

сущности результативности маркетинга, его оценки и повышения в современных условиях конкурентного рынка.

Отдельные выводы, обобщения и рекомендации, содержащиеся в работе, могут быть использованы предприятиями для оценки и повышения результативности их маркетинговой деятельности.

7. Комиссия предлагает:

7.1 Допустить диссертацию Гучетль Р.Г. «Управление результативностью маркетинговой деятельности на основе системы сбалансированных показателей» к защите на заседании Диссертационного Совета Д 212.101.13 по специальности 08.00.05– "Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг".

7.2 Утвердить официальных оппонентов

- Тинякову Викторю Ивановну, доктора экономических наук, профессора, профессора кафедры экономики промышленности ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»;

- Щетинину Екатерину Даниловну, доктора экономических наук, профессора, зав. кафедрой маркетинга ФГБОУ ВПО «Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова».

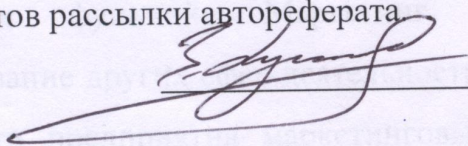
7.3 Утвердить в качестве ведущей организации:

Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград

7.4 Рекомендовать автореферат диссертации к печати и утвердить

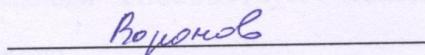
список адресатов рассылки автореферата

Председатель
комиссии

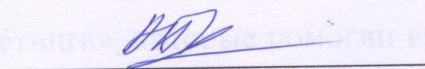


д.э.н., профессор
Хутиыз З.М.

Члены комиссии



д.э.н., профессор
Воронов А.А.



д.фил.н., профессор
Кравченко Н.П.