

В объединенный диссертационный совет Д 999.118.02 на базе ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» и ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

ОТЗЫВ

На автореферат диссертации Изаковой Натальи Борисовны на тему «Управление маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Тема диссертационной работы Изаковой Н.Б., безусловно, носит актуальный характер. Рыночная среда деятельности малых промышленных предприятий, являющихся важнейшей составляющей экономики страны, сохраняет высокий уровень неопределенности. Успешность деятельности в данных условиях во многом определяется построением долгосрочных, взаимовыгодных отношений с потребителями, позволяющими показать им ценность сотрудничества. Реализация стратегии маркетинга взаимоотношений дает возможность совместными усилиями создавать добавленную ценность промышленных продуктов и минимизировать издержки на разовые трансакции.

Недостаточность проработки научно-методической базы по вопросам управления маркетингом малых промышленных предприятий на рынке B2B обосновывает актуальность темы диссертационного исследования.

Содержание автореферата Изаковой Н.Б. отражает результаты достаточно подробного научного исследования системы управления маркетингом малого промышленного предприятия. Среди наиболее значимых результатов исследования, обладающих признаками научной новизны, можно выделить:

1. Уточнены определение и содержание элементов комплекса маркетинга взаимоотношений;
2. Предложена концептуальная модель управления маркетингом малого промышленного предприятия;
3. Представлен и реализован на практике методический инструментарий мониторинга факторов внешней и внутренней маркетинговой среды, сегментирования бизнес-потребителей малого промышленного предприятия;
4. Разработана и апробирована методика оценки результативности маркетинга взаимоотношений и интегрального показателя удовлетворенности бизнес-потребителей.

Важным является тот факт, что автором обосновано формирование модели управления маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений исходя из особенностей промышленного рынка, маркетинга малых промышленных предприятий, факторов внешней и внутренней среды, а также анализа характеристик модели маркетинга взаимоотношений; на высоком уровне проведена апробация методического подхода к оценке сбалансированной системы показателей маркетинга, результативности управления маркетингом взаимоотношений на малых промышленных предприятиях и интегрального показателя удовлетворенности бизнес-потребителей.

Положительно оценивая результаты исследования, имеется замечание к содержанию автореферата. Считаем важным отметить, что автору следовало бы подробнее раскрыть вопрос распределения функций маркетинга в организационной структуре малого промышленного предприятия между подразделениями и сотрудниками.

Указанное замечание не снижает научной ценности работы и не изменяет положительной оценки выполненного исследования.

По нашему мнению, диссертационная работа соответствует требованиям, которые определены в п.п 9-14 «Положения о присуждении научных степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 № 842, а ее автор – Изакова Наталья Борисовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Доцент кафедры менеджмента
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский
федеральный университет».
кандидат экономических наук,
доцент

Контактная информация:
Шацкая Елена Юрьевна
Адрес: 355009 г. Ставрополь,
ул. Пушкина, 1, лит. Е1, корпус №21, ауд. 413
Телефон: (8652) 33-06-60, добав. 4810
E-mail: nauka10@list.ru



15.05.2019