

В объединенный диссертационный совет
Д 999.118.02 при ФГБОУ ВО
«Уральский государственный
экономический университет»,
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»**, представленный на соискание
ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Актуальность исследования Изаковой Н.Б. не вызывает сомнений. В современных условиях обострения конкурентной борьбы во всех отраслях экономики особую актуальность приобретают исследования, направленные на теоретико-методологические и практические аспекты повышения конкурентоспособности компаний. Особенное значение вопрос повышения конкурентоспособности обретает для предприятий малого бизнеса, имеющих такие характерные особенности деятельности, как: высокая роль личных взаимоотношений, преобладание неформального стиля управления, включение в маркетинговую деятельность всех сотрудников компаний. Безусловным атрибутом взаимодействия компании и потребителя становится совместное создание потребительской ценности, на основе которой формируются долгосрочные отношения компаний с потребителями.

При значительном количестве научных публикаций, посвященных проблемам управления маркетингом, на сегодняшний день остаются недостаточно проработанными вопросы управления маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга

взаимоотношений.

Структура, форма и содержание автореферата Изаковой Н.Б. показывают результаты обстоятельного научного исследования процесса управления маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений. Диссертант раскрывает содержание понятия управление маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений. Модифицирует традиционную модель 4R Э. Эттенберга для малого промышленного предприятия на основе ценностно ориентированного подхода. Предложенное автором информационно-аналитическое обеспечение всех этапов процесса управления маркетингом позволяет интегрировать маркетинговую деятельность в общую систему управления малым промышленным предприятием и принимать обоснованные управленческие решения

Значимым достоинством в части научной новизны диссертационного исследования является авторская методика оценки результативности маркетинга взаимоотношений малого промышленного предприятия, которая позволяет повышать эффективность системы управления маркетингом малого промышленного предприятия на основе концепции маркетинга взаимоотношений

Диссертационное исследование носит комплексный характер, имеет завершенный вид. Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций обеспечивается обширным массивом маркетинговой информации, глубиной и проработанностью каждого научного положения. Практическая ценность работы достигается апробацией авторской методики на двух промышленных предприятиях малого бизнеса с достижением экономического эффекта в результате ее внедрения.

Как и в любой научной работе, в диссертации имеется ряд вопросов, требующих уточнения:

1. Не понятно почему в методическом инструментарии при анализе спроса не указан сбор первичной информации.

2. Из автореферата не понятно, можно ли предложенную методику использовать для малых предприятий других сфер деятельности.

Высказанные замечания не снижают научной ценности работы и не изменяет положительной оценки выполненного исследования.

Судя по автореферату, диссертация представляет собой законченное исследование, имеет научную новизну и практическую значимость, соответствует требованиям, которые определены в п.п. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней» (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. №842, в ред. от 29 мая 2017 г.), а ее автор – Изакова Наталья Борисовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 –Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Профессор кафедры маркетинга
и торгового дела
ФГБОУ ВО "Кубанский
государственный университет""
доктор экономических наук

Воронов

Александр Александрович Воронов

Подпись _____ удостоверяю:

Контактная информация:

350040 г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

Телефон: +7 861 219-95-01

Электронная почта: rektor@kubsu.ru

