

В диссертационный совет Д 212.354.20
при ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический университет»

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Смирновой Дарьи Владимировны на тему «АДАПТАЦИЯ МЕТОДОВ ПЛАНИРОВАНИЯ И БЮДЖЕТИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ К ИЗМЕНЕНИЯМ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Интенсивные изменения внешней среды бизнес-структур, а именно: ускоренное внедрение глобальных инноваций одновременно с санкциями, информационными и торговыми войнами, пандемией и ее экономическими последствиями, – существенно влияют на экономику, бизнес и на каждого человека, выступающего в статусе потребителя, изменяют его поведенческие характеристики, спрос на товары и услуги. Все это приводит к необходимости адаптации бизнеса к коренным изменениям в управлении. В данных условиях необходимо управлять планированием и бюджетированием маркетинговой деятельности с помощью адекватных ситуации методов. Цели маркетинговой деятельности, обоснованные комплексом стратегий и программой мероприятий маркетинга, достижимые с учетом выделенных ресурсов в современных условиях хозяйствования, должны быть понятными на всех уровнях управления и во внешней среде, прежде всего для потребителей. В результате скоординированности решений и применения гибких к изменениям методов управления, в частности, планирования маркетинговой деятельности, решается проблема сокращения разрыва фактических достижений бизнеса от целей комплекса маркетинга и, главное, сохраняется целостность социально-эколого-экономической системы компании. Выделенная в автореферате проблема исследования является актуальной в современной действительности.

Структура автореферата логически выстроена и доказательно подкреплена авторскими элементами научной новизны, выносимыми на защиту. Содержание автореферата позволяет сделать вывод о полноте раскрытия темы диссертации, а также о важных для дополнения теории стратегического и оперативного маркетинга результатах: выраженных в предложенном комплексном подходе, уточнении понятийного аппарата, классификации, дополненных принципах, методах, моделях и алгоритмах планирования маркетинговой деятельности в изменчивых условиях.

Автор выявил причину возникновения разрыва фактических достижений от целей комплекса маркетинга, состоящую в применении несоответствующих интенсивным изменениям методов планирования и бюджетирования маркетинговой деятельности. В автореферате предложено объединить традиционно применяемые методы в планировании комплекса маркетинга с сетевыми методами управления изменениями, а также дано научное обоснование их выбора из предлагаемого перечня методов.

Автор проанализировал широкий список релевантных теме исследования 188 научных трудов. В результате, была критически переосмыслена применимость в современных условиях традиционных методов планирования маркетинговой деятельности и расширена сфера применения сетевых методов управления изменениями до планирования комплекса маркетинга. Авторская идея позволила Смирновой Д.В. разработать комплексный подход к планированию маркетинговой деятельности, направленный на адаптацию планов и бюджетов комплекса маркетинга к интенсивным изменениям внешних факторов среды.

Для развития теории маркетинга наиболее важным результатом диссертации считаю объединение методологических основ управления интенсивными изменениями в предложенном подходе, уточнении понятий, развитии принципов и разработки классификаций современного планирования маркетинговой деятельности (с. 10-13). Реализация предложенного автором подхода с помощью разработки методики и алгоритма позволяет

скоординировать принятые решения по плану и бюджету маркетинговой деятельности совета директоров и руководителя по маркетингу в стремительно изменчивых условиях (с.14-16), что повышает результативность комплекса маркетинга. Предложен алгоритм выбора традиционно применяемых методов в планировании маркетинговой деятельности, позволяющий сохранять комплекс стратегий и мероприятий маркетинга в рамках выделяемого бюджета высшим руководством компании (с.17-18).

Значение для практики имеют предложения автора по методике и алгоритму подхода для подразделения маркетинга и участников совета директоров по выбору наиболее результативных методов планирования маркетинговой деятельности для реалий данной компании.

Согласно результатам внедрения алгоритма и методики комплексного подхода к планированию маркетинговой деятельности в практическую деятельность предприятий автором доказано сокращение разрыва фактических достижений от целей маркетинговой деятельности в 2019 году по сравнению с 2018 годом. Тестирование авторского подхода в рамках одного 2019 года за счет проведения модельного эксперимента задержки наиболее важных работ в коммерчески направленной деятельности компании и обработка результатов с помощью сетевого моделирования, показало сохранение целостности социально-экономической системы предприятия в современных условиях.

Несмотря на отвечающие требованиям результаты исследования автора, отметим следующие замечания и дискуссионные моменты автореферата, которые не снижают общего положительного впечатления от работы:

- в автореферате недостаточно полно представлены перечисления и обоснования «традиционности» методов планирования и бюджетирования маркетинговой деятельности;
- в рыночных условиях есть не только мнения «за», но и мнения «против» формального планирования. Следовало указать какая чаша весов больше в современных условиях и почему.

В целом, считаю диссертацию Смирновой Д.В. научно-квалификационной работой, отражающей самостоятельность суждений и законченность исследования. В работе решена научная задача адаптации планирования и бюджетирования маркетинговой деятельности к интенсивным изменениям внешней среды. Автореферат диссертации соответствует пунктам 9 и 10 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации №842 от 24.09.2013, а ее автор – Смирнова Дарья Владимировна – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Директор института мировой экономики
и международных отношений ФГБОУ ВО
«Байкальский государственный университет»,
доктор экономических наук,
профессор

Цвигун Ирина Всеволодовна

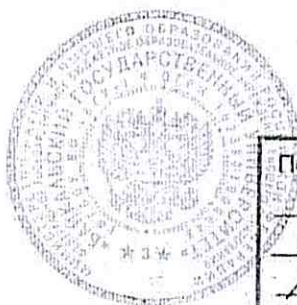
Контактная информация:

664003, Россия, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, корп. I

+7 (3952) 5-0000-5

ZveguntsevaIV@bgu.ru

<http://bgu.ru>



Подпись <i>Цвигун И.В.</i>
удостоверяю
<i>С.В. Демон</i> ФГБОУ ВО «БГУ»
<i>Мамкина</i>
« 13 » 04 20 21 г.