

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)

В условиях радикальных изменений конкурентоспособность субъектов рыночной деятельности подвергается непредсказуемой волатильности и находится под угрозой кризисных явлений. Бизнес-структуры вынуждены искать новые комбинации маркетинговых компетенций внутри имеющейся ресурсной базы. В цифровой экономике наблюдается дефицит гибких и отвечающих запросам бизнес-структур технологий и методов, которые в сочетании с имеющимися нематериальными и другими активами субъектов рынка помогают достичь желаемых результатов. Планирование, как важнейшая функция управления, становится доминирующей в этих условиях. Хотя многие экономисты по привычке, сформировавшейся в переходный период, настойчиво отводят планированию более низкие позиции, с чем автор не согласен. Вследствие чего считаю бесспорно **актуальной** попытку автора адаптировать существующие методы планирования и бюджетирования к современным условиям, чтобы сохранить жизнеобеспечение бизнес-структур и достичь промежуточных и конечных желаемых результатов, ведущих к их прогрессивному развитию.

Рассматриваемая диссертация, судя по автореферату, затрагивает значимые научные и практические решения в исследовании проблемы несоответствия существующих методов планирования условиям радикальных изменений факторов внешней среды и поиска решений адаптации к ним. Считаю **ценным для теории операционного маркетинга** предложение оригинального комплексного подхода к планированию маркетинговой деятельности, который отличается симбиозом ранее используемых методов разработки мероприятий и бюджета комплекса маркетинга и сетевых

методов управления изменениями, а также обоснованным рациональным выбором. А именно автором:

- Уточнены понятия, расширены принципы и создана классификация планирования маркетинговой деятельности согласно авторскому подходу в части адаптации планирования и бюджетирования маркетинговой деятельности к радикальным изменениям внешних факторов (стр10-14);
- Разработана методика и алгоритм составления плана мероприятий и бюджета маркетинговой деятельности согласно авторскому подходу, которые позволяют субъектам рынка развиваться в заданном стратегией направлении, формировать и поддерживать конкурентные преимущества (стр.14-18).

Практическое руководство (методика и алгоритм) по расчету и обоснованию бюджета маркетинговой деятельности в условиях радикальных изменений имеет **ценность для практики**, в особенности для маркетологов. Предложенные автором практические рекомендации могут составить конкурентное преимущество цифрового сервиса по управлению маркетинговой деятельностью и иметь ценность для программистов и разработчиков.

Автореферат дает полное представление о содержании диссертационной работы. Убедительно и достаточно полно обоснована научная новизна исследования. Высокий научно-исследовательский уровень диссертации подтверждается корректно подобранным инструментарием качественного анализа конфиденциальной информации для респондентов-управленцев (планов и бюджетов маркетинговой деятельности), результаты которого были обработаны с помощью сетевого моделирования.

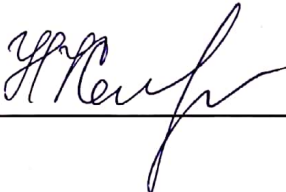
Замечания к автореферату, которые не уменьшают ценность работы для науки и практики и носят рекомендательный характер:

- Из автореферата не вполне ясно, что понимает автор под целостностью бизнес-структуры, которую необходимо сохранить.
- Термин «галопирующие изменения», возможно, занят в других областях, и перенос его в направление исследования автора вряд ли будет долговременным. Что думает об этом автор?
- В автореферате стратегические аспекты планирования рассмотрены эпизодически. Поясните свою позицию по тому вопросу.

На основании изложенного, считаю, что диссертация Смирновой Дарьи Владимировны на тему «Адаптации методов планирования и бюджетирования маркетинговой деятельности к изменениям внешней среды» соответствует Паспорту научной специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) согласно п. 9.3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям в экономике России и на глобальных рынках и п. 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга.

Анализ материалов автореферата позволяет заключить, что диссертация соответствует требованиям п.9 и п.10 «Положения о присуждении ученых степеней» от 24.09.2013 №842, а ее автор, Смирнова Дарья Владимировна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Козлова Нэлли Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого


_____ (подпись)

Федеральное государственное автономное бюджетное учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого». Контактная информация: 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29, 8-800-707-18-99, office@spbstu.ru.

Высшая школа сервиса и торговли. Контактная информация: Санкт-Петербург, ул. Новороссийская, д. 50; <http://trade.spbstu.ru>

