

**Куприна Ирина Владимировна**  
**«Формирование рекламного пространства предприятиями молочной промышленности в целях повышения конкурентоспособности»**  
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами - промышленность)

ПРОТОКОЛ № 12/3

заседания счетной комиссии, избранной диссертационным советом

Д 212.182.02

от 29 декабря 2015 г.

Состав избранной комиссии:

Скоблев В. В.  
Пашков Р. Н.  
Шибанова Н. А.

Комиссия избрана для подсчета голосов при тайном голосовании по вопросу о присуждении Куприной Ирине Владимировне ученой степени кандидата экономических наук.

Состав диссертационного совета утвержден в количестве 21 человек на период действия номенклатуры специальностей утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 25 февраля 2009 г. № 59.

В состав диссертационного совета дополнительно введены 0 человек.

Приеутствовало на заседании 18 членов совета, в том числе докторов наук по профилю рассматриваемой диссертации 18

Роздано бюллетеней 18

Осталось нерозданных бюллетеней 3

Оказалось в урне бюллетеней 18

Результаты голосования по вопросу о присуждении ученой степени кандидата экономических наук Куприной Ирине Владимировне:

за 18

против нет

недействительных бюллетеней нет

Председатель счетной комиссии \_\_\_\_\_

Члены комиссии

Скоблев В. В.  
Пашков Р. Н.  
Шибанова Н. А.



ПРИСУТСТВОВАЛИ ЧЛЕНЫ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА:

1. Никитин Святослав Аркадьевич (председатель), д-р экон. наук, 08.00.05;
2. Измалкова Светлана Александровна (зам. председателя), д-р экон. наук, 08.00.05;
3. Головина Татьяна Александровна (ученый секретарь), д-р экон. наук, 08.00.05;
4. Васин Леонид Александрович, д-р техн. наук, 08.00.05;
5. Власова Мария Александровна, д-р экон. наук, 08.00.05;
6. Давыдова Лариса Владимировна, д-р экон. наук, 08.00.05;
7. Закиров Ахнаф Исрафилович, д-р экон. наук, 08.00.05;
8. Лукьянчикова Татьяна Львовна, д-р экон. наук, 08.00.05;
9. Маслова Ирина Алексеевна, д-р экон. наук, 08.00.05;
10. Машегов Петр Николаевич, д-р экон. наук, 08.00.05;
11. Попова Людмила Владимировна, д-р экон. наук, 08.00.05;
12. Родионова Екатерина Михайловна, д-р экон. наук, 08.00.05;
13. Романчин Вячеслав Иванович, д-р экон. наук, 08.00.05;
14. Савина Ольга Александровна, д-р экон. наук, 08.00.05;
15. Самостроевко Георгий Максимович, д-р экон. наук, 08.00.05;
16. Сизова Ирина Юрьевна, д-р экон. наук, 08.00.05;
17. Скоблякова Ирина Васильевна, д-р экон. наук, 08.00.05;
18. Шibaева Наталья Анатольевна, д-р экон. наук, 08.00.05.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д.212.182.02 НА БАЗЕ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ПРИОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ» МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ДИССЕРТАЦИИ  
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № \_\_\_\_\_  
решение диссертационного совета  
от 29 декабря 2015 года № 12/з

О присуждении **Куприной Ирине Владимировне**, гражданину Российской Федерации, ученой степени **кандидата экономических наук**.

Диссертация «**Формирование рекламного пространства предприятиями молочной промышленности в целях повышения конкурентоспособности**» по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) **принята к защите 23 октября 2015 года, протокол № 12/р** диссертационным советом Д.212.182.02 на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Приокский государственный университет» Министерства образования и науки Российской Федерации, по адресу: Наугорское шоссе, 29, г. Орел, Россия, 302020. Приказ о создании диссертационного совета №198/нк от 2 мая 2012 года. Приказ о внесении изменений в состав диссертационного совета №420/нк от 15 июля 2014 года.

Соискатель Куприна Ирина Владимировна, 1984 года рождения, в 2007 году окончила государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Орловский государственный технический университет», являлась аспирантом очной формы обучения в Федеральном государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Государственный университет – учебно-научно-производственный комплекс» с октября 2008 года по сентябрь 2011 года, работает в должности старшего преподавателя кафедры «Технология и товароведение продуктов питания» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Приокский государственный университет» с сентября 2013 года по настоящее время.

Диссертация выполнена на кафедре «Предпринимательство, логистика и маркетинг» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Приокский государственный университет».

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Климова Жанна Николаевна, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Приокский государственный университет», заведующий кафедрой «Предпринимательство, логистика и маркетинг».

Официальные оппоненты:

Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», кафедра «Таможенное дело и маркетинг», профессор кафедры;

Лебедева Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профес-

сионального образования «Орловский государственный институт экономики и торговли», кафедры «Маркетинг и торговое дело», доцент кафедры – дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова» г. Белгород, в своем положительном заключении, подписанном Щетининой Екатериной Даниловной, доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой «Маркетинг», указала, что диссертационная работа Куприной И.В. является логически завершенной, научно-квалификационной работой и содержит значимые для практического применения рекомендации по формированию рекламного пространства, основанного на учете потенциальных возможностей маркетинговых коммуникаций, в целях повышения конкурентоспособности предприятий молочной промышленности.

Соискатель имеет **17** опубликованных работ, из них по теме диссертации – **17** работ общим объемом – **5,3** п.л., из них – **4,63** авторские, в том числе **7** статей в журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки Российской Федерации. Работы посвящены вопросам управления конкурентоспособностью и формирования рекламного пространства предприятиями молочной промышленности. Наиболее значимые научные работы по теме диссертации:

1. Жданова, И. В. Управление и планирование рекламной деятельности на предприятиях молочной промышленности [Текст] / И. В. Жданова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов (научно-практический журнал ОрелГТУ). – 2010. – № 1/(1). – С. 109-112 (0,25 п.л.).

2. Куприна, И. В. Особенности управления рекламной деятельностью предприятий молочной промышленности [Текст] / И. В. Куприна // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов (научно-практический журнал Госуниверситет – УНПК). – 2012. – № 5/(16). – С. 112-117 (0,38 п.л.).

3. Куприна, И. В. Формирование рекламного пространства на рынке молочной продукции [Текст] / И. В. Куприна, Г. М. Зомитева // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов (научно-практический журнал Госуниверситет – УНПК). – 2013. – № 5/(22). – С.114-117 (0,25 п.л., в т.ч. авт. 0,13 п.л.).

4. Куприна, И. В. К вопросу о маркетинговой природе конкуренции и конкурентоспособности предприятий молочной промышленности [Текст] / И. В. Куприна, Ж. Н. Климова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов (научно-практический журнал Госуниверситет – УНПК). – 2015. – № 1/(30). – С. 113-117 (0,31 п.л., в т.ч. авт. 0,16 п.л.).

На диссертацию и автореферат поступили **8** отзывов, все положительные, **8** содержат замечания:

1) ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», г. Воронеж. Отзыв подписан **Беленовым Олегом Николаевичем**, д-ром экон. наук, профессором, проректором по экономике и международному сотрудничеству, деканом факультета международных отношений, профессором кафедры «Маркетинг». Замечание: в модели управления конкурентоспособностью предприятий молочной промышленности, представленной на странице 18, следовало бы описать каждый этап.

2) ФГБОУ ВПО «Ижевский государственный технический университет», г. Ижевск. Отзыв подписан **Калинкиной Галиной Евгеньевной**, д-ром экон. наук,

профессором, заведующим кафедрой «Экономика, технология и управление коммерческой деятельностью». Замечания: было бы целесообразно привести пример расчета интегрального показателя конкурентоспособности применительно к предприятиям молочной промышленности (с. 20 автореферата).

3) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Санкт - Петербург. Отзыв подписан **Фирсановой Ольгой Владимировной**, д-ром экон. наук, профессором, профессором кафедры «Маркетинг». Замечание: на странице 12 автореферата перечислены факторы конкурентоспособности предприятий молочной промышленности, однако, результаты данной оценки не показаны.

4) АНО ВО «Белгородский университет коопераций, экономики и права», г. Белгород. Отзыв подписан **Роздольской Ириной Владимировной**, д-ром экон. наук, профессором, заведующим кафедрой «Маркетинг и менеджмент». Замечание: на странице 16 автореферата представлено модельное решение по формированию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности, где в качестве одного из этапов выделены маркетинговые коммуникации. Однако, считаю, что следовало бы представить основные аспекты и изложить более детально технологию их взаимодействия.

5) ФГБОУ ВПО «Брянский государственный технический университет», г. Брянск. Отзыв подписан **Ерохиным Дмитрием Викторовичем**, канд. экон. наук, профессором, заведующим кафедрой «Экономика и менеджмент». Замечание: следовало бы обратить большее внимание на дополнение информации по предложенному фактору «потенциальные возможности маркетинговых коммуникаций предприятий молочной промышленности на рынке молочной продукции» (с.10 автореферата).

6) ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Орловский филиал, г. Орел. Отзыв подписан **Симоновым Сергеем Вадимовичем**, канд. экон. наук, доцентом, заведующим кафедрой «Менеджмент и маркетинг». Замечание: следовало бы отразить в автореферате анализ конкурентоспособности предприятия, на основе которого были аргументированы выводы.

7) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». Кемеровский институт (филиал), г. Кемерово. Отзыв подписан **Дмитриевой Натальей Владимировной**, канд. экон. наук, доцентом, доцентом кафедры «Торговое дело». Замечание: после предложенной на странице 20 автореферата рекомендуемого порядка расчета интегрального показателя конкурентоспособности предприятия следовало бы привести некоторые рассчитанные показатели.

8) ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», Орловский филиал, г. Орел. Отзыв подписан **Поляниным Андреем Витальевичем**, д-ром экон. наук, доцентом, заведующим кафедрой «Менеджмент и государственное управление». Замечание: в предлагаемой автором классификации факторов конкурентоспособности предприятий молочной промышленности (табл. 2) необходимо было бы представить функциональное назначение каждой совокупности факторов, степень воздействия и их направленность.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их компетентностью, научной известностью и наличием публикаций в области управления маркетинговой деятельностью на предприятиях молочной промышленности, способными объективно оценить научную и практическую ценность выполненного Куприной И.В. диссертационного исследования в области формирования рекламного

пространства предприятиями молочной промышленности в целях повышения их конкурентоспособности.

**Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:**

1) **обоснована** совокупность факторов конкурентоспособности предприятий молочной промышленности, которая в отличие от существующих разработок основана на взаимодействии элементов маркетинговой среды (с. 11-47 п. 9.9 Паспорта специальности 08.00.05);

2) **раскрыто** содержание каждой совокупности факторов конкурентоспособности предприятий молочной промышленности. С позиций автора, отличие от имеющейся модели состоит в том, что данный подход позволяет расширить набор инструментов ведения конкурентной борьбы (с. 48-75, п. 9.9, п. 9.23 Паспорта специальности 08.00.05);

3) **разработана** концептуальная модель формирования рекламного пространства предприятиями молочной промышленности в контексте повышения их конкурентоспособности. В отличие от существующих, авторская модель обеспечивает согласование интересов потребителей, партнеров, государства, конкурентов. (с. 76-97, п. 9.23 Паспорта специальности 08.00.05);

4) **предложена** авторская модель управления конкурентоспособностью предприятий молочной промышленности, позволяющая разрабатывать управленческие решения, направленные на повышение уровня их конкурентоспособности (с. 98-106, п. 9.9, п. 9.23 Паспорта специальности 08.00.05);

5) **разработан** методический подход к расчету интегральной оценки потенциального влияния факторов на конкурентоспособность предприятия молочной промышленности, которая основан на рекомендованных автором общих и частных методах формирования рекламного пространства организации (с. 107-119, п. 9.9, п. 9.23 Паспорта специальности 08.00.05).

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что: **доказаны** научно-теоретические положения и представлены научные разработки по формированию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности на основе эффективных взаимоотношений всех участников рыночного обмена; применительно к проблематике диссертации результативно **использован** комплекс общенаучных теоретических методов, системного, сравнительного, нормативного и ретроспективного анализа, экономико-математических и статистических методов анализа; **изложены** основные положения, идеи, аргументы и доказательства, раскрывающие содержание по формированию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности в целях повышения конкурентоспособности.

**Значение полученных соискателем результатов исследования для практики** подтверждается тем, что: разработаны и внедрены методики, модели и практические рекомендации по формированию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности на основе эффективного взаимодействия всех участников рыночного обмена; создан комплекс практических рекомендаций по формированию и эффективному использованию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности в целях повышения конкурентоспособности: ЗАО «Карачевмолпром» (242500, г. Карачев, Брянской обл., ул. Калинина, д.1), ФГБОУ ВО «ПГУ» (302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 29).

Оценка достоверности результатов исследования выявила, что теория развития современных методов формирования рекламного пространства, построена на известных, проверяемых фактах, согласуется с опубликованными данными по теме диссертации; идея автора базируется на анализе практики и обобщении опыта использования существующих методов управления конкурентоспособностью предприятий молочной промышленности; использованы современные методики сбора и обработки исходной информации, лично собранной и проанализированной автором по проблеме диссертационного исследования.

**Личный вклад соискателя** состоит в: непосредственном участии соискателя в получении исходных данных по формированию рекламного пространства предприятиями молочной промышленности на основе эффективного взаимодействия с участниками рыночного обмена; личном участии соискателя в апробации результатов диссертационного исследования и обосновании теоретико-методических положений по формированию рекламного пространства предприятия молочной промышленности; личном участии диссертанта в обсуждении результатов исследования на международных и всероссийских научно-практических конференциях, составлении оригинального иллюстративного и табличного материала, наглядно демонстрирующего результаты исследования, формулировке пунктов научной новизны.

На заседании от 29 декабря 2015 года Диссертационный совет Д.212.182.02 пришел к выводу о том, что диссертация представляет собой научно-квалификационную работу, которая соответствует критериям, установленным пунктом 9 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. №842, и принял решение присудить **Куприной Ирине Владимировне** ученую степень **кандидата экономических наук** по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве **18** человек, из них **18** докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из **21** человека, входящего в состав Совета, проголосовало за присуждение ученой степени - **18**, против - **нет**, действительных бюллетеней **нет**.

Председатель  
диссертационного совета



Никитин Святослав Аркадьевич

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Головина Татьяна Александровна

29 декабря 2015 года