

В диссертационный совет Д 212.282.02
при ФГБОУ ВПО «Государственный университет – УНПК»

Отзыв

на автореферат диссертации Аслудиновой Ларины Сергеевны, выполненной на тему: «Формирование стратегии и методов управления отношениями с ключевыми партнерами малых мебельных предприятий», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

Компании, работающие на конкурентных рынках, сталкиваются с необходимостью усиления своей маркетинговой деятельности в связи с необходимостью управления отношениями с ключевыми партнерами. Одним из знаковых процессов такого изменения становится выявление удовлетворенности партнеров предприятий в маркетинговых каналах распределения товаров. В этой связи, возрастает роль формирования стратегии и методов управления отношениями с ключевыми партнерами малых мебельных предприятий. Следовательно, представленные в диссертации Аслудиновой Л.С. результаты научно-методических и аналитико-эмпирических исследований являются весьма актуальными.

Можно согласиться и с формулировкой научной повизны диссертации, которую автор определил, как развитие новых теоретико-методических подходов к формированию стратегии и инструментов управления отношениями с внешними и внутренними ключевыми партнерами малых мебельных предприятий.

Важным результатом следует считать выявленные в процессе выполнения работы наиболее значимые факторы, влияющих на степень удовлетворенности клиентов малых мебельных предприятий и других участников взаимоотношений в маркетинговых каналах распределения товаров (с. 16).

Несомненный интерес вызывают разработанные в диссертационной работе Аслудиновой Л.С. условия формирования удовлетворенности, вовлеченности и клиентоориентированности сотрудников малых мебельных предприятий (с.19-20).

Следует положительно отметить предложенные автором показатели оценки удовлетворенности персонала малых мебельных предприятий (с. 19).

Не подвергая сомнению актуальность и научную новизну диссертационного исследования Аслудиновой Л.С., тем не менее, необходимо указать на следующий недостаток, требующий пояснения.

На с. 22 автореферата приведены рекомендуемые направления деятельности в сфере социального медиа маркетинга и решаемые с их помощью задачи применительно к малым мебельным предприятиям. Следовало бы привести их сравнительную эффективность, и параметры выбора.

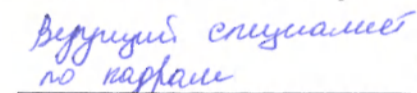
Однако, отмеченный недостаток не оказывает существенного влияния на общую положительную оценку работы.

На основании выше изложенного можно оценить данное диссертационное исследование как научно-квалификационную работу, выполненную на актуальную тему, содержащую результаты, обладающие научной новизной и практической ценностью. Автор диссертации, Аслудинова Ларина Сергеевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой Менеджмента и
маркетинга Орловского филиала
федерального государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего профессионального
образования «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»
(302001, Орловская область, г. Орел, ул. Гостиная, д. 2)
(тел. (4862) 55-64-19, 47-15-20, orel@fa.ru)

 С.В. СИМОНОВ

Подпись Симонова Сергея Вадимовича удостоверяю



(должность)





(Ф.И.О.)