

Отзыв

на автореферат 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)

Характеру и специфике деятельности малых мебельных предприятий (индивидуальный характер производства, максимально тесные контакты с клиентами, как правило, высококвалифицированный персонал, восприимчивый к инновациям в технике и организации производства) в наибольшей степени соответствует маркетинг партнерских отношений. Применение маркетинга партнерских отношений в деятельности малых мебельных предприятий может способствовать повышению конкурентоспособности и устойчивости их функционирования. Для реализации данного направления необходимо, прежде всего, выявить специфику формирования стратегии и методов управления отношениями с ключевыми партнерами малых мебельных предприятий, что и определяет актуальность исследования Аслудиновой Л.С.

Из содержания автореферата следует, что заявленная автором цель достигнута, а полученные в ходе исследования результаты можно рассматривать как определенный прирост научных знаний в сфере управления маркетинговой деятельностью коммерческих организаций (с 12-14). По нашему мнению определенное теоретическое и практическое значение имеет предложенное диссертантом модельное решение по формированию маркетинговой стратегии партнерских отношений (механизм взаимодействия малых мебельных предприятиях с ключевыми партнерами), поскольку с его помощью можно обеспечить доступность необходимых благ (ресурсов) и их распределение адресным потребителям; расшифровку полученных потребительских запросов в адресные задания производителя; формирования стратегии взаимодействия с

поставщиками. Так же представляет интерес использование социального медиа маркетинга, как эффективного инструмента управления отношениями малых мебельных предприятий с ключевыми партнерами.

Важно, что предложенные мероприятия по управления отношениями с ключевыми партнерами малых мебельных предприятий реализованы в практической деятельности одного из них (с. 23). К сожалению, в автореферате не представлен прогноз дальнейшего развития этой компании с использованием авторских рекомендаций.

В целом содержание автореферата позволяет сделать вывод о том, что диссертантом выполнена научная квалифицированная работа, имеющая внутреннее единство, содержит совокупность научных результатов и оригинальных предложений, свидетельствующих о личном вкладе в решение актуальной проблемы формирования стратегии и методов управления отношениями с ключевыми партнерами малых мебельных предприятий.

По нашему мнению научное исследование Асудиновой Л.С. отвечает требованиям п.9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года № 842, а его автор достойна присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Доктор экономических наук.

заместитель генерального директора

по управлению проектами

Государственного научного центра

лесопромышленного комплекса

(105120, г.Москва, ул. Н.Сыромятническая, д.5, стр. 3а)

(тел. (495) 916 06 08, gncprk@mail.ru)

Кожемяко Н.П.

Подпись Кожемяко Николая Петровича

Численков О.К.
(делегация)

Шаврина
М.П.



Шаврина В.В.
(Ф.И.О.)