

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Отзыв на выпускную квалификационную работу бакалавра на тему

«Развитие и продвижение собственных торговых марок предприятий сетевой розничной торговли»,

выполненную

Титовой Елизаветой Николаевной

ООП ВО бакалавриата «Экономика»
по направлению 38.03.01 «Экономика»
профиль: «Менеджмент организации»

1. Соответствие цели, задач и результатов исследования требованиям образовательного стандарта СПбГУ и образовательной программы в части овладения установленными компетенциями

Исследование на тему «Развитие и продвижение собственных торговых марок предприятий сетевой розничной торговли» соответствует требованиям образовательного стандарта СПбГУ по направлению 38.03.01 «Экономика» и требованиям образовательной программы бакалавриата «Экономика» (профиль «Менеджмент организации»).

2. Обоснованность структуры и логики исследования

Выпускная квалификационная работа имеет логичную структуру, включающую введение, три главы, заключение, список использованных источников и приложение. В работе последовательно решаются поставленные задачи исследования.

В первой главе автором рассмотрены теоретические аспекты исследования процессов развития и продвижения собственных торговых марок (СТМ), выявлена их специфика, рассмотрена эволюция понятия и подходы к классификации СТМ. Уделено внимание особенностям управления развитием СТМ на предприятиях сетевой розничной торговли.

Во второй главе проведен анализ рынка сетевой розничной торговли и рассмотрены инструменты продвижения товаров под собственной торговой маркой. Проанализировано отношение потребителей к СТМ, рассмотрены используемые сетевыми розничными предприятиями для продвижения продукции под СТМ средства маркетинговых коммуникаций, Предложен методический подход к анализу использования инструментов продвижения товаров под собственной торговой маркой на предприятиях сетевой розничной торговли, включая методику проведения Интернет-опроса покупателей.

В третьей главе проведен анализ результатов проведенного Интернет-опроса покупателей с помощью статистической программы SPSS 22.0., сформулированы практические рекомендации по управлению развитием и продвижением собственных торговых марок в ООО «Лента».

3. Наличие вклада автора в результаты исследования с учетом результатов проверки ВКР на предмет наличия/отсутствия неправомерных заимствований

Самостоятельность выполненного автором исследования подтверждается данными проверки на наличие заимствований – в работе оригинальность текста составляет 89%.

4. Научная новизна и практическая значимость исследования

Автором самостоятельно выполнены следующие разработки:

- Сформулировано авторское определение понятия «собственная торговая марка»;
- Разработана модель эволюции СТМ с выявленными особенностями на каждом этапе;

- проведен PEST-анализ рынка розничной торговли с системой мер адаптации розничных сетей к изменившимся условиям внешней среды
- проведена оценка ключевых факторов успеха ООО «Лента» и её основных конкурентов
- проведён социологический Интернет-опрос покупателей сетевых розничных продуктовых сетей и данные опроса проанализированы на основе использования статистического пакета SPSS 22.0. и представлены результаты опроса;
- предложены направления повышения эффективности использования СТМ на предприятиях сетевой розничной торговли;
- разработаны рекомендации по развитию и продвижению собственных торговых марок в ООО «Лента».

Практическая значимость работы заключается в возможности использования сделанных в работе предложений для управления развитием и продвижением СТМ в ООО «Лента» а также в других компаниях сетевой розничной торговли сегмента «товары для повседневного использования» в РФ.

5. Корректность использования методов исследования и анализа экономической информации

Автор выпускной квалификационной работы показала способность применять существующие общенаучные и специально-научные методы для проведения исследования. В работе использованы методы анализа и синтеза, сравнительного и статистического анализа, систематизации, стратегического менеджмента, социологических исследований. На основе использования этих методов автор проводит исследование российского рынка сетевой розничной торговли товарами повседневного спроса, анализ экономических и финансовых показателей деятельности крупнейших компаний этого сегмента, проводит Интернет-опрос посетителей предприятий сетевой розничной торговли товарами повседневного спроса и подводит его итоги с использованием статистического пакета SPSS 22.0, предлагает направления совершенствования управления продвижением собственных торговых марок в ООО «Лента». Автором составлены сравнительные таблицы, построены графики, отражающие анализируемые процессы, результаты Интернет-опроса и расчетов приведены в приложении.

6. Актуальность используемых информационных источников

Информационную основу исследования составили актуальные данные официальной российской статистики – Росстата, рейтинговых агентств «Эксперт РА» и РБК, данные системы профессионального анализа рынков и компаний агентства «Интерфакс», материалы годовых отчетов компании «Лента».

7. Соответствие предъявляемым требованиям к оформлению ВКР

Оформление ВКР соответствует требованиям, определенным в приказе проректора по учебно-методической работе № 341/1 от 28.01.2015 г.

8. Соблюдение графика выполнения ВКР

График выполнения ВКР соблюдался.

9. Допуск к защите и оценка работы

Работа может быть допущена к защите. Рекомендуемая оценка – А (отлично).

Научный руководитель,
канд. геогр. наук,
доцент кафедры управления и планирования
социально-экономических процессов

—  /Анохина Е.М./

21 мая 2016 года