

О Т З Ы В

на автореферат диссертации Костанян Ани Асканазовны на тему
«Реализация принципов маркетинга отношений в деятельности государственных
амбулаторно-поликлинических организаций», представленной на соискание ученой
степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и
управление народным хозяйством (маркетинг)»

Диссертация Костанян А.А. посвящена теме, которая имеет несомненную актуальность с точки зрения исследования управления маркетинговой деятельностью в таких важных социальных сферах как здравоохранение. В то время как развитие внешнего и внутреннего маркетинга в сфере услуг пользуется немалым вниманием исследователей, изучение аспектов маркетинга отношений через повышение клиентоориентированности и вовлечение пациентов в совместное создание ценности такой сложной услуги, оказываемой государственными организациями, каковой является медицинская услуга, не находится пока в центре внимания теории маркетинга, чем определяется актуальность исследования.

Содержание автореферата, а также выдвигаемые автором на защиту положения дают основание предположить наличие у него не только глубокого понимания элементов и концепций всех форм управления маркетинговой деятельностью для повышения клиентоориентированности организации, но и знаний об особенностях функционирования российской отрасли здравоохранения, современных тенденциях, как социально-экономических, так и информационно-технических, способствующих развитию конкурентной среды между государственными и частными медицинскими организациями как рыночными субъектами.

Особо стоит отметить практическую значимость диссертационной работы. Сформулированные по итогам выполненного исследования рекомендации по совершенствованию реализации принципов маркетинга отношений в государственных амбулаторно-поликлинических организациях посредством развития расширенного уровня медицинской услуги, совершенствования ценностного предложения, повышения удовлетворенности пациентов, совершенствования системы высшего медицинского образования в вопросе подготовки управленческих кадров для отрасли нашли свое

применение в деятельности ГБУЗ МО МОНИКИ им. М.Ф. Владимирского, что подтверждено соответствующим актом о внедрении.

К недостаткам автореферата следует отнести недостаточную четкость в раскрытии возможностей воздействия на воспринимаемую ценность посредством управления внутренним маркетингом (стр. 12-14). Также, в автореферате при описании многоуровневой модели медицинской услуги (стр. 16) в качестве характеристики расширенного уровня представлены «бизнес-процессы с элементами бережливого здравоохранения», но не раскрывается суть идей бережливого здравоохранения.

Однако отмеченные замечания не снижают общего впечатления от работы, а содержание автореферата позволяет сделать вывод о том, что диссертационное исследование Костянян Ани Асканазовны «Реализация принципов маркетинга отношений в деятельности государственных амбулаторно-поликлинических организаций» является самостоятельным, логичным и обоснованным исследованием в области экономических наук. Данное исследование отличается научной новизной и исследовательским вкладом в теорию маркетинга отношений, создания ценности и клиентоориентированности, а автор диссертации заслуживает присуждения ученой степени кандидата наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)».

Ойнер Ольга Константиновна

Доктор экономических наук, доцент

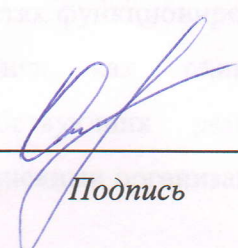
Заведующая кафедрой маркетинга фирмы, профессор

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
факультет бизнеса и менеджмента

105187, г. Москва, ул. Кирпичная, д.33

Тел.: +7 (495) 772-95-82

e-mail: ooynier@hse.ru


Подпись

«31» октября 2018 г.

Подпись О.К. Ойнер удостоверяю:

*ссылка на название
его профессора и т.д.*



Подпись

М.П.