ОТЗЫВ

научного руководителя на диссертационную работу Баглая Максима Александровича на тему: «Маркетинг на рынке таможенных услуг», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Баглай Максим Александрович в 2020 году с отличием закончил федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по направлению подготовки 38.04.07 Товароведение с присвоением квалификации «магистр». В 2022 году поступил в аспирантуру федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). В настоящее время работает в должности ассистента кафедры таможенного дела и экспертизы товаров федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

При подготовке диссертационной работы Баглай М.А. проявил себя ответственным и организованным исследователем, способным ставить цель, решать задачи, анализировать полученные результаты, делать логические выводы, разрабатывать рекомендации по предмету исследования.

В диссертационной работе разработан научно обоснованный подход к развитию маркетинговой деятельности предприятий на рынке таможенных услуг, предусматривающий выбор стратегических приоритетов, адаптацию комплекса маркетинга и создание механизма реализации маркетинговых решений для укрепления конкурентных позиций предприятий в условиях унификации таможенного регулирования.

При работе над диссертацией соискателем ученой степени был изучен большой объем литературных источников, посвященных проблеме исследования, что позволило получить новые научные результаты, обладающие научной новизной и практической значимостью:

сформирован концептуальный базис маркетинга на рынке таможенных услуг на основе анализа теоретических закономерностей развития этого рынка, дополненных эмпирическими данными маркетинговых исследований и разработки стратегических ориентиров маркетинговой деятельности;

разработан методический подход к оценке конкурентоспособности участников рынка таможенных услуг, основанный на расчете интегрального показателя как суммы взвешенных групповых индексов, что позволяет

обосновать необходимость перехода к более объективным комплексным многофакторным моделям определения конкурентоспособности, учитывающим специфику таможенного представительства;

предложен научно-методический подход к обоснованию выбора маркетинговой стратегии предприятия на рынке таможенных услуг;

усовершенствован комплекс маркетинга предприятий – участников рынка таможенных услуг, отличающийся дополнением модели «7Р» компонентами нормативно-правовой организации деятельности, специализации услуг, сложности таможенных процедур и технологического обеспечения, а также согласованием традиционных и цифровых инструментов обслуживания и продвижения;

разработан механизм реализации маркетинговой стратегии предприятия на рынке таможенных услуг, который сочетает расширенный комплекс маркетинга, учитывающего нормативно-правовые условия деятельности, специализацию услуг, сложность таможенных процедур и технологическое обеспечение, с инструментами оценки рыночной среды, выбора стратегических приоритетов и управления рисками.

Полученные научные результаты исследования в полной мере соответствуют пунктам паспорта специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в частности: 10.1. Теория маркетинга; 10.3. Концептуальные основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.10. Оценка деятельности конкурентов, её использование в маркетинговой деятельности компании. Конкурентоспособность товаров (услуг). Бенчмаркинг.

Работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», а именно, при выполнении хоздоговорной темы: «Повышение эффективности таможенного контроля на основе развития системы управления рисками». Выводы и рекомендации, предложенные в диссертационной работе, утверждены и внедрены в деятельность ООО «АЛПЛАСТ ТРЕЙД» и ООО ТК «Руста-Брокер». Отдельные теоретические положения диссертационной работы используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (справка о внедрении в учебный процесс № 23.03/658 от 25.03.2026 г.).

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 12-ти научных работах – 6 статьях, 1 разделе в коллективной монографии и 5 тезисах, общим объемом 7,1 печ. л., в т.ч. 4,1 авт. печ. л.

Таким образом, теоретические положения и практические рекомендации, разработанные и полученные соискателем в ходе решения поставленных задач, представляют собой результат завершенного исследования, который отражен в его новизне и имеет теоретическое и практическое значение. Это позволяет утверждать, что диссертационная работа на тему: «Маркетинг на рынке таможенных услуг» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а Баглай Максим Александрович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Подпись Н.А. Ольмезовой заверяю
Начальник отдела кадров
Федерального государственного
бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»

Научный руководитель:
д.э.н., доцент, заведующий кафедрой
товароведения непродовольственных
товаров и креативной индустрии
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского» Н.А. Ольмезова

«30» сентября 2026 года