

Ректор  
Государственного образовательного  
учреждения

высшего образования «Луганский  
государственный университет имени  
Владимира Даля»

д.т.н., профессор

В.Д. Рябичев

2021 года



## ОТЗЫВ

ведущей организации по диссертации  
Бибы Екатерины Валерьевны на тему

«Оптимизация маркетинговой товарной политики на рынке  
продовольствия с использованием информационных технологий»,  
представленной на соискание научной степени кандидата экономических наук  
по специальности

08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям  
сферы деятельности, в т.ч. маркетинг)

### **Актуальность для науки и практики**

Оптимизация товарной политики является важным направлением маркетингового анализа для предприятия. Поскольку товар является основой предложения на рынке и по сути предметом обмена между продавцом и покупателем, товарная политика занимает центральное место в формировании комплекса маркетинга. Под ней понимают комплекс мероприятий, осуществляющий предприятие по обеспечению устойчивости соответствующих характеристик товаров, которые внедрены на рынок, оптимизации товарного ассортимента, разработки новых товаров элиминации товаров с целью достижения соответствующих целей.

Основные задачи, которые заключаются в рамках товарной политики касающиеся как отдельно взятого товара, так и их совокупности, то есть товарного ассортимента. Таким образом, в рамках осуществления товарной политики перед предприятием встает необходимость принятия широкого спектра решений, эффективность которых зависит от правильно проведенного маркетингового анализа, предопределяет актуальность темы исследования.

Повышенный научный интерес к оптимизации маркетинговой товарной политики на рынке продовольствия с использованием информационных систем сформировали накопленные знания в различных сферах торговли, которые не только не противоречат друг другу, но и консолидируются, дополняя различные качественные признаки понятия товарного ассортимента, маркетинговой товарной политики, оптимизации маркетинговой товарной политики, , что в условиях гуманистической направленности развития общества придает первостепенное значение практической компоненте оптимизации.

Основное внимание в диссертационной работе уделено комплексному решению задач по формированию научно-методических положений оптимизации маркетинговой товарной политики, а также направлениям разработки механизмов ее оптимизации с использованием информационных технологий.

Диссертационная работа Бибы Е.В. является актуальной с позиции теоретического, методологического и методического базиса для развития рынка продовольствия Донецкой Народной Республики за счет обоснования эффективных механизмов оптимизации маркетинговой товарной политики на рынке продовольствия с использованием информационных технологий.

### **Основные научные результаты и их значимость для науки и практики**

Обоснованность и достоверность полученных результатов в диссертации Бибы Е.В., подтверждается наличием теоретического обоснования авторской позиции, которая базируется на изучении и критическом анализе трудов современных ученых и исторически накопленных знаний в области оптимизации маркетинговой товарной политики; использовании современных методов для проведения исследования, статистической информации по данным официальных источников.

Обоснование цели исследования, круг задач, поставленных автором для ее достижения, подходы к решению задач, полученные выводы, позволяют судить об авторском подходе к решению проблемы оптимизации маркетинговой



товарной политики. Обоснованность научных результатов обеспечивается также и современным методическим аппаратом, используемым автором, большим количеством научных трудов российских и зарубежных исследователей, изученных в ходе исследования.

Диссертационная работа имеет четкую структуру изложения, содержит введение, три главы, выводы по каждому разделу, заключение, список литературы, приложения.

В диссертации автором обосновано использование научно-методических подходов к оптимизации маркетинговой товарной политики на рынке продовольствия с использованием информационных технологий как элемента социально-экономического потенциала развития государства. Основные научные результаты, полученные автором, состоят в следующем:

Усовершенствована концептуальная схема исследования проблематики оптимизации маркетинговой товарной политики на рынке продовольствия, которая, в отличие от существующих, включает информационные технологии как ее современную составляющую, что расширяет возможности субъектов рынка и эффективность его функционирования;

1. Усовершенствован механизм оценки показателей анализа ассортиментного портфеля продовольственных товаров торговых предприятий, который, в отличие от существующих, строится на методе балльных оценок, основанном на применении процедуры последовательных сравнений и позволяет выявить приоритетность показателей анализа ассортиментного портфеля предприятий розничной торговли различных форматов;

2. Усовершенствован научно-методический подход к формированию информационного обеспечения процесса выбора оптимальных для сотрудничества поставщиков, что, в отличие от существующих, ориентирован на идентификацию типа поставщика (референтный, стратегический, стандартный, нежелательный) с целью упрощения процесса принятия решения относительно целесообразности сотрудничества и позволяет кластеризировать поставщиков по критериям «надежность» и «экономичность»;

3. Усовершенствована модель оптимизации системы показателей ассортиментного портфеля торгового предприятия в условиях цифровизации, в которую в отличие от применяемых, включены коэффициенты инновационности, собственной торговой марки предприятия розничной торговли, коэффициент ценовой стимуляции потребителя, коэффициент удовлетворенности потребителя и позволит предприятиям сферы торговли моделировать процесс развития рынка продовольствия и выявлять приоритетность показателей ассортиментного портфеля для магазинов различных форматов;

4. Усовершенствована модель оптимизации товарной политики на рынке продовольствия в условиях цифровизации экономики Донецкой Народной Республики включает в себя составляющие цифровизации рынка продовольствия, ожидания потребителя от рынка продовольствия и маркетинговые исследования рынка продовольствия, что позволит предприятиям рынка продовольствия оптимизировать свою маркетинговую деятельность и привлечь потребителя.

5. Получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат теории маркетинговой товарной политики в части уточнения сущности понятий «товарная политика», под которым предложено понимать совокупность стратегий и мер в маркетинговой деятельности предприятий сферы торговли и услуг, по планированию и управлению ассортиментом торгового предприятия путем улучшения качественных и эстетических характеристик товара, прогнозирование жизненного цикла и анализ товара, который имеет спрос и исключения товаров, утративших его с целью удовлетворения нужд потребителя и получения максимальной прибыли методом моделирования и диагностики товарного ассортимента, в чем и заключается авторское дополнение; «ассортиментная политика», под которой предложено понимать систему мер, ориентированную на достижение ряда целей предприятия для реализации общей цели его деятельности, которой выступает эффективное и стабильное функционирование, достигнутое за счет реализации ассортимента продукции на основе гармоничного сочетания потребительских нужд с предпринимательскими возможностями субъекта рынка; «оптимизация маркетинговой товарной политики», под которой



предложено понимать процесс принятия участниками рынка продовольствия оптимальных решений из множества возможных для достижения оптимального значения эффективности функционирования внутренней среды предприятия с целью максимального удовлетворения конечного потребителя;

6. Получила дальнейшее развитие модель управления товарным ассортиментом предприятия розничной торговли, которая в отличие от существующих учитывает основы теории активных систем, изучающих механизмы функционирования иерархических систем в условиях неопределенности обусловленной проявлениями активности участников (элементов) системы, и формирует определенный информационный базис для принятия эффективных маркетинговых решений на основе обеспечения оптимальности товарного ассортимента, мониторинга динамических изменений вкусов и предпочтений потребителей, а также для формирования оптимального товарного ассортимента.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертационной работе одобрены и внедрены в деятельность: Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики (справка №06-53/2028 от 25.03.2021); ООО «АВ-ГРУПП» (справка №11 от 18.03.2021).

Теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании учебных дисциплин: «Информационные системы и технологии», «Инструментальные средства анализа и обработки маркетинговых данных» (справка №02.01/334 от 11.03.2021).

### **Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации**

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы Бибы Е.В. могут быть использованы в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления для повышения эффективности торговой деятельности предприятий рынка продовольствия.

Практическое значение будет иметь такие научные результаты:

1. Понятийно-категориальный аппарат теории маркетинговой товарной политики в части уточнения сущности понятий «товарная политика», «ассортиментная политика», «оптимизация маркетинговой товарной политики».
2. Концептуальная схема исследования проблематики оптимизации маркетинговой товарной политики с использованием информационных технологий.
3. Механизм оценки показателей анализа ассортиментного портфеля продовольственных товаров торговых предприятий.
4. Научно-методический подход к формированию информационного обеспечения процесса выбора наиболее эффективных для сотрудничества поставщиков.
5. Модель оптимизации системы показателей ассортиментного портфеля торгового предприятия в условиях цифровизации.
6. Модель управления товарным ассортиментом предприятия розничной торговли.
7. Модель оптимизации товарной политики на рынке продовольствия в условиях цифровизации экономики.

Материал, изложенный в диссертации, целесообразно использовать при чтении дисциплин по образовательным программам бакалавриата и магистратуры, а именно: «Информационные системы и технологии в экономике», «Электронная коммерция», «Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований».

Считаем целесообразным продолжить работу в области оптимизации маркетинговой товарной политики на рынке продовольствия с использованием информационных технологий.

## Общие замечания

Отмечая безусловные преимущества работы, тем не менее, следует обратить внимание автора на ряд положений, которые требуют уточнения:

1. В работе не нашли достаточного отражения вопросы эволюции маркетинговой товарной политики (параграф 1.1 «Терминологический аппарат и генезис ассортиментной и маркетинговой товарной политики в условиях развития информационных технологий»).

2. Вызывает интерес классификация методов оценки ассортиментного портфеля торгового предприятия (с. 53, рис. 1.14) и обоснование применения ABC-анализа товарного ассортимента предприятия (с. 54-59), однако следовало бы кратко обосновать и другие использованные в работе методы.

3. При апробации методики выбора оптимальных для сотрудничества поставщиков, было отобрано по шесть поставщиков по трем товарным группам и по восьми наименованиям товаров. Автору уместно было бы обосновать такой выбор количества поставщиков и товарных групп.

4. В параграфе 3.2 «Стратегические ориентиры оптимизации маркетинговой товарной политики с использованием информационных технологий» автор предлагает стратегические ориентиры маркетинговой товарной политики, к которым отнесены: гуманистическая направленность рынка продовольствия; управление знаниями, основанном на компетентностном подходе; обеспечение лояльности потребителей; стратегия ценовой политики; развитие электронной коммерции; инновационный подход к проведению товарной политики (диверсификация и дифференциация); моделирование управления товарным ассортиментом предприятия розничной торговли. Целесообразно было бы включить расширение технологической базы предприятий рынка продовольствия Донецкой Народной Республики.

Однако указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости выполненной работы.



## Заключение

Диссертационная работа Бибы Екатерины Валерьевны на тему: «Оптимизация маркетинговой товарной политики на рынке продовольствия с использованием информационных технологий», представляет собой завершенную научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему. Диссертация представляет собой самостоятельное научное исследование. Научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены автором лично. По результатам проведенного исследования опубликовано 26 научных работ. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Основные положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на 16 научно-практических конференциях в Российской Федерации, Донецкой Народной Республике, Луганской Народной Республике, Соединенных Штатах Америки, что свидетельствует о практической ценности работы.

Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Текст автореферата диссертации полностью соответствует содержанию диссертации. Язык диссертации лаконичен, корректен, понятен и соответствует современным научным нормам. Научный уровень выполненного исследования и содержание работы свидетельствуют о глубоком знании автором предмета исследования, владении методическим аппаратом, умении дать критическую оценку большому объему научной информации, навыкам обработки статистических и учетных данных, опыту использования в работе научного аппарата экономических наук и умение использовать в ходе исследования современные компьютерные технологии.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) в части пунктов 9.1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе



концепции маркетинга; 9.13 Товарная и ассортиментная политика в маркетинге компании, маркетинговые аспекты управления проектами; 9.26. Разработка системы позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом.

Диссертация Бибы Екатерины Валерьевны на тему: «Оптимизация маркетинговой товарной политики на рынке продовольствия с использованием информационных технологий» отвечает требованиям п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Отзыв обсужден и одобрен на расширенном заседании межкафедрального научного семинара на базе кафедры финансов и кредита Государственного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» «28» мая 2021 г., протокол № 12.

*Я, Салита Светлана Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

доктор экономических наук, профессор,  
заведующий кафедрой финансов и кредита



С.В. Салита

Государственное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»  
Адрес: Луганская Народная Республика,  
91034, г. Луганск, квартал Молодежный, 20-а  
Телефон: +38 (0642) 34-48-18  
E-mail: [dahl.univer@yandex.ru](mailto:dahl.univer@yandex.ru)  
Сайт: <http://dahluniver.ru>

