

ОТЗЫВ

**официального оппонента на диссертационную работу
Галанского Бориса Александровича на тему: «Развитие
дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции
маркетинга», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)**

Актуальность выбранной темы.

В современных условиях сбытовая практика предприятий предполагает использование маркетинговых каналов распределения в процессе доведения ими товара до конечного потребителя. Взаимное признание и понимание того, что успех каждой фирмы частично зависит от сотрудничества с другими фирмами, образует фундамент, лежащий в основе совместной дистрибутивной деятельности, а развитие концепции маркетинга вызывает необходимость выстраивания долгосрочных и взаимовыгодных партнерских отношений между участниками каналов распределения и координации их действий по созданию потребительской ценности.

Актуальность рассматриваемой проблемы связана с современными рыночными тенденциями, которые обуславливают необходимость пересмотра технологий и принципов осуществления сбытовой деятельности в части поиска дополнительных конкурентных преимуществ, создаваемых в каналах распределения продукции. Деятельность участников в каналах распределения продукции предполагает формирование и предоставление конечному потребителю уникального ценностного предложения в нужное время, нужное место и в необходимом количестве и ассортименте, поскольку именно он оценивает потребительскую ценность товара и принимает решение о покупке.

Этот аспект актуализирует значимость научного интереса к проблематике развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга, поскольку несмотря на значительное количество исследований в сфере сбытовой деятельности и дистрибуции, вопросы оптимизации работы дистрибьюторов и развития дистрибьюторских

сетей системно и комплексно не исследовались, что вызывает необходимость обоснования и разработки теоретических и методологических рекомендаций по совершенствованию функционирования дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга. Это обусловило актуальность темы диссертационной работы Галанского Бориса Александровича, определило цель и задачи исследования.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций. Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертации Галанского Б.А., определяется логической структурой исследования. Структура работы логична и направлена на разработку научно-методических основ развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга.

В первом разделе диссертационной работы автор раскрывает теоретические основы развития оптовой торговли на основе концепции маркетинга. Соискателем определены цели, задачи и функции оптовой торговли (с. 14-16), рассмотрены основные аспекты маркетинга в оптовой торговле (с. 18-19) и его специфические особенности (с. 22-25). В работе изучена инновационная деятельность в оптовой торговле (с. 27-33), что позволило автору определить основные направления повышения эффективности инновационной деятельности оптовых предприятий через внедрение маркетинговых инноваций (с. 33-34), а также рассмотрены векторы развития маркетинга в оптовой торговле в контексте цифровых инноваций и цифровой экономики (с. 35-41). Значительное внимание в работе уделено изучению теоретических основ построения системы дистрибуции, в рамках которого систематизированы этапы развития дистрибьюторских организаций (с. 44), определены функции дистрибуции (с. 46), рассмотрены виды дистрибьюторских сетей (с. 47-48), изучены принципы построения дистрибьюторских сетей (с. 52-54), а также разработаны концептуальные

основы развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга (с. 56).

Во втором разделе диссертационной работы проведено маркетинговое исследование дистрибьюторских сетей реализации продукции. Автором проведена диагностика развития оптовой торговли в Российской Федерации (с. 63-65), рассмотрена деятельность крупных дистрибьюторов Российской Федерации (с. 66-70), определены ключевые факторы, определяющие успех в рейтинге дистрибьюторов России (с. 71), дана характеристика дистрибьюторов Донецкой Народной Республики (с. 73-80), рассмотрены особенности работы ритейлеров в Донецкой Народной Республике (с. 81-82). В процессе изучения дистрибьюции как деятельности по распределению и сбыту автор представил структуру дистрибьюции и рассмотрел ее ключевые элементы (с. 84-86), разработал организационно-экономический механизм функционирования дистрибьюции (с. 87), изучил категоричность дистрибьюции (с. 90) и составил схему деятельности дистрибьютеров как основных субъектов дистрибьюции (с. 91). При изучении организации функционирования дистрибьюторских сетей автором систематизированы основные элементы функционирования дистрибьюторских сетей (с. 97), рассмотрены особенности работы закупочных центров (с. 94-105), определены направления по повышению эффективности технологии складских операций на оптовом предприятии (с. 106-110).

В третьем разделе диссертационной работы обоснован стратегический подход к развитию дистрибьюторских сетей реализации продукции. В работе рассмотрена практика функционирования каналов распределения продукции и даны рекомендации по их оптимизации, предложены цифровые технологии для совершенствования управления каналами распределения в оптовой торговле (с. 121-122), определены стратегии в оптовой торговле в зависимости от каналов распределения (с. 123-127), определены векторы развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга (с. 129-141), разработаны направления развития долгосрочных

партнерских отношений с дистрибьюторами, представлена модель информационно-технического обслуживания клиентов в оптовой торговле (с. 149), предложен научно-практический подход к развитию долгосрочных отношений с дистрибьюторами (с. 150), обоснованы рекомендации по развитию партнерских отношений в дистрибутивных сетях Донецкой Народной Республики (с. 150-151).

Анализ содержания работы свидетельствует о хорошей теоретической подготовке соискателя и его умении ставить и решать конкретные задачи по совершенствованию работы дистрибьюторских сетей реализации продукции.

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций подтверждена апробацией результатов исследования на научно-практических конференциях, полным отражением основных результатов диссертационной работы в опубликованных автором научных трудах. Основные положения диссертации опубликованы в 9-ти научных работах, в том числе имеется 5 статей в рецензируемых научных изданиях, 4 работы апробационного характера общим объемом 3,25 печ. л., в т.ч. 2,95 авт. печ. л. (из них публикации ВАК – 2,2 печ.л., в т.ч. 1,95 авт. печ. л.).

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций. Научная новизна полученных результатов заключается в решении научной задачи, связанной с разработкой теоретико-методических положений и практических рекомендаций по совершенствованию развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга.

- обоснована роль инновационной системы в процессе совершенствования видов и каналов распределения, форм и методов дистрибьюции (с. 28-30); предложен системный подход к развитию инновационной системы предприятий оптовой торговли, обеспечивающий создание инновационной системы дистрибьюции, направленной на прибыльность и удовлетворение потребностей клиентов в товарах и услугах, отличающаяся тем, что позволяет анализировать и оценивать широкий спектр

факторов и связей, влияющих на производственные процессы инноваций и на эффективность деятельности предприятий, и что позволяет дистрибьюторам вносить корректировки при распределении и сбыте продукции (с. 32);

- на основе структурно-теоретического исследования эволюции развития дистрибьюции, функций и характеристик дистрибьюторских сетей усовершенствован категорийный аппарат по содержанию категории «дистрибьюторская сеть», под которой понимается система организаций, предприятий или посредников, осуществляющей процесс распределения продукции или товаров, и включает в себя производителей, оптовых субъектов, розничных магазинов, посредников и других участников, которые способствуют сбыту товаров (с. 55);

- разработаны концептуальные основы развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга, которые характеризуются функциональной, научно-теоретической, научно-практической и научно-инновационной ориентированностью функционирования субъектов дистрибьюции в процессе организации доведения товаров от производителей до потребителей для достижения целей заинтересованных сторон путем минимизации общих затрат дистрибьюторской сети и максимизации ее прибыльности (с. 56);

- предложен организационный механизм функционирования дистрибьюции, который основан на взаимосвязи цели, задач, принципов, функций, объектов, компонентов и учитывает особенности оптовой торговли – значительные объемы продаж, укороченная цепочка поставок, необходимость профессиональных коммуникаций, специализированные потребности, усложненная система ценообразования и специфические стандарты обслуживания, что позволит усовершенствовать функционирование дистрибьюторских сетей (с. 87);

- разработан механизм интеграции современных методов маркетинга и информационных технологий в развитие дистрибьюторских сетей, который отличается комплексом тактических и операционных мероприятий по

распространению и сбыту продукции, что позволит и дистрибьюторам эффективно распределять цепочки поставок (с. 141);

- разработан научно-практический подход к развитию долгосрочных отношений с дистрибьюторами, отличающийся формированием взаимовыгодных партнерств на основе принципов доверия и прозрачности, стратегической интеграции и планирования, совместного разрешения конфликтных ситуаций преодоления трудностей, что позволит прогнозировать перспективные стратегии развития предприятия-дистрибьютора и определять способы их реализации (с. 150).

Достоверность результатов исследования обеспечена использованием современных методов исследования. Для решения поставленных в диссертации задач использовались общенаучные и специальные методы: индукции и дедукции, анализа и синтеза (анализ маркетинга в оптовой торговле в контексте цифровых инноваций, определение каналов распределения товаров в маркетинге); способ сравнения, группировки, обобщения и систематизации информации (исследования инновационной деятельности в оптовой торговле, формирование концептуальных основ развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга); контент-анализа (уточнение терминологического аппарата развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга); аналитический метод (мониторинг современных условий развития дистрибьюторских сетей реализации продукции, изучение современных маркетинговых технологий в развитии дистрибьюторских сетей реализации продукции в оптовой торговле); системного и причинно-следственного анализа (разработка организационного механизма функционирования дистрибьюции; выделение векторов развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга); стратегирования (предложены стратегические целевые установки по развитию долгосрочных партнерских отношений с дистрибьюторами).

Результаты работы и ее достоверность подтверждаются апробацией основных идей на практике. Так, рекомендации, предложенные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в деятельность: ООО «ТехнолайнМедиа» (справка 314 от 10.09.2024 г.), ООО «ЮГ ТЕХ ЛОГИСТИКА» (справка № 27/8 от 27.08.2024 г.), ООО «ФУД ЛАЙН ТРЕЙДИНГ-2014» (справка № 31.2/3 от 03.09.2024 г.).

В целом можно отметить, что научные положения, выводы и рекомендации диссертационной работы являются достоверными и аргументированными. Автореферат полностью отражает содержание диссертации и в полной мере раскрывает все основные научные результаты, полученные в ходе исследования, степень новизны разработок, выводы и рекомендации работы.

Наиболее существенные результаты исследования соответствуют пунктам паспорта специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в части подпунктов: 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.12. Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров.

Разработанные диссертантом теоретические и методологические положения могут быть использованы для решения актуальных вопросов развития рынка оптовой торговли.

Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы. Работу отличает целостность и завершенность проведенного исследования, однако имеется ряд положений дискуссионного характера:

1. В первом разделе работы автором представлены этапы аналитической деятельности по внедрению инноваций в маркетинговой деятельности предприятий (с. 36). Целесообразно дать пояснения относительно того, каким образом планируется проводить оценку эффективности инноваций в

маркетинговой деятельности предприятий, а также представить результаты такого исследования.

2. Не в полной мере автором раскрыты принципы построения дистрибьюторских сетей (с. 52-53), в частности это касается принципов устойчивости, специализации, территориального охвата и правового, нормативного соответствия.

3. В исследовательской части диссертационной работы автору целесообразно было бы провести анализ функций дистрибуции (логистической, информационной, распределительной, коммуникационной и защитной), рассмотренных в первом разделе, с. 46, применительно к действующим дистрибьюторам Донецкой Народной Республики, оценить степень их реализации с привлечением специалистов в данной сфере в качестве экспертов, что позволило бы получить более полное представление о функционировании дистрибьюторских сетей.

4. В третьем разделе работы (п.3.1) при изучении вопросов оптимизации каналов распределения автору целесообразно было бы рассмотреть возможность создания вертикальных и горизонтальных маркетинговых систем распределения продукции в Донецкой Народной Республике.

5. В работе при разработке направлений развития долгосрочных отношений с дистрибьюторами (с. 142-145) не в полной мере раскрыты вопросы использования информационных систем управления клиентскими отношениями (CRM) в развитии дистрибьюторских сетей реализации продукции и конкретизации направлений их практического использования.

Приведенные в тексте отзыва замечания носят преимущественно рекомендательный характер и не влияют на общую оценку обоснованности основных выводов и защищаемых положений представленной работы, в целом работа оценивается положительно.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней. Научные положения, выводы и рекомендации, выносимые на защиту, получены

автором самостоятельно. Стил ь изложения материала характеризуется логичностью и последовательностью, наличием четких выводов по каждой главе и в целом по результатам проведенного исследования. Соискателем получены научные обоснованные результаты, которые решают проблему разработки теоретических и научно-методических основ развития маркетинга в розничной торговле. Научный уровень выполненного исследования и содержание работы свидетельствует о глубоком знании автором предмета исследования.

По своей структуре, объему и оформлению диссертация «Развитие дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга» соответствует требованиям, п. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24.09.2013 г. (ред. от 25.01.2024 г.), а ее автор – Галанский Борис Александрович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Безрукова Татьяна Львовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,
Почетный работник ВПО РФ,
заведующий кафедрой экономики и финансов ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова»

« 19 » ноября 2024 г.



Т.Л. Безрукова

подпись *Т.Л. Безрукова*
удостоверяю: *С.В. Дуб*
Секретарь ректората
2024 г.

Контактная информация:

Безрукова Татьяна Львовна

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова»

394087, Россия, г. Воронеж, Тимирязева, 8

Тел.: +7(473)225-39-03

e-mail: bezrukova_t_l@mail.ru

Веб-сайт: <https://vgltu.ru/>