

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. Проблема повышения эффективности функционирования предприятий, работающих в разных отраслях экономики, является одной из главных проблем современной экономики. На сегодня создана научная основа принятия управленческих решений по усилению конкурентных позиций предприятия и совершенствованию их сбытовой деятельности. Один из важнейших путей обеспечения наиболее широких возможностей улучшения вопросов функционирования субъекта хозяйствования заключается в развитии его дистрибьюторской сети.

Необходимость развития системы дистрибуции, как стратегическая задача каждого рыночного субъекта, непосредственно зависит от степени насыщенности рынка, состояния конкуренции и пространственного размещения, т.к. при очередном превышении предложения над спросом производителям приходится более, нежели ранее, подстраивать свои каналы сбыта под конечного потребителя, так как именно он выбирает товар (производителя товара). Значит, необходимо понять, как именно дистрибьюторская сети должна учитывать потребности как производителя, так и потребителя, чтобы соответствовать новым условиям. При этом разработка направлений совершенствования работы дистрибьюторских сетей на рынке должна строиться на основе активного внедрения маркетинговых принципов в их деятельность, что позволяет достичь максимального удовлетворения как клиентов, так и участников каналов дистрибуции. Значимость маркетинговой деятельности в основе которой лежит построение долгосрочных партнерских отношений с целевой аудиторией, проявляется в активизации работы с существующими потребителями, обосновании предложений и персонализированных решений и создании

дополнительных ценностей в виде скидок на повторные покупки, специальные условия доставки и т.д.

Между тем недостаточно разработанными остаются вопросы стратегической роли инноваций в деятельности дистрибьюторских компаний, интеграции современных маркетинговых методов и информационных технологий в развитие дистрибьюторских сетей, а также практические аспекты формирования длительных партнерских взаимоотношений, что обуславливает актуальность темы диссертационной работы Галанского Бориса Александровича.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций. В рассматриваемой диссертации основные выводы и предложенные рекомендации подтверждены наличием результатов глубокого исследования концептуальных положений дистрибьюции и маркетинга. Теоретической и методологической основой исследования послужили концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных авторов по проблемам развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга, периодические издания, ресурсы Internet, статистическая отчетность органов власти Донецкой Народной Республики и Российской Федерации.

Для обоснования представленных положений работы в процессе проведения исследования использованы общенаучные и специальные методы исследования: общенаучные: индукции и дедукции, анализа и синтеза; способ сравнения, группировки, обобщения и систематизации информации; контент-анализа; аналитический метод; системного и причинно-следственного анализа; стратегирования.

Цель диссертационной работы состоит в разработке рекомендаций по совершенствованию функционирования дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга. Изучение содержания диссертации позволяет утверждать, что сформулированные в исследовании задачи и положения, выносимые на защиту, в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее достижение. Уровень решаемых задач представляется

соответствующим требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертационная работа выполнена согласно тематическому плану научно-исследовательских работ федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Результаты научного исследования нашли отражение в госбюджетной теме № Г-2023-9 «Маркетинг на рынках товаров и услуг». 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.).

Основные положения, выносимые на защиту, прошли успешную апробацию в рамках международных научно-практических конференций. Результаты диссертации апробированы на 4-х конференциях разного уровня. Основные положения диссертационной работы опубликованы в 9 научных работах, в том числе 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. Диссертация состоит из введения, трех разделов, девяти подразделов, раскрывающих содержание темы исследования и выводов к ним, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем работы составляет 201 страницы.

Содержание диссертационной работы Галанского Б.А. соответствует паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в части пунктов 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.

Научная новизна диссертационной работы 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

В первом разделе диссертационной работы «Теоретические аспекты развития оптовой торговли на основе маркетинга» проанализированы маркетинговые аспекты функционирования оптовой торговли (с. 13-26); систематизированы направления инновационной деятельности в оптовой торговле (с. 27-42); сформированы концептуальные основы развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга (42-58).

В работе обоснована стратегическая роль инноваций в процессе совершенствования форм и методов дистрибьюции и предложен системный подход к формированию стратегии инновационной деятельности предприятий оптовой торговли, обеспечивающей создание инновационной системы дистрибьюции, направленной на получение прибыли и удовлетворяющей потребности клиентов в товарах и услугах, который отличается тем, что предусматривает учет и анализ комплексного набора факторов и взаимосвязей, оказывающих влияние на инновационные процессы и эффективность деятельности предприятия, позволяя дистрибьюторам адаптировать их в процессе организации распределения и сбыта продукции (с. 28-32).

Автором на основе теоретического исследования эволюции развития дистрибьюции (с. 44), функций и особенностей дистрибьюторских сетей (с. 46-54) уточнено содержание категории «дистрибьюторская сеть», которая является системой организаций, предприятий или посредников, которая осуществляет процесс распределения продукции или товаров и включает в себя производителей, оптовые субъекты, розничные магазины, агентов и других участников, которые способствуют сбыту товаров (с. 55).

Положительно следует отметить представленные в работе концептуальные основы развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе

концепции маркетинга, которые характеризуются функциональной, научно-теоретической, научно-практической и научно-инновационной ориентированностью функционирования субъектов дистрибуции в процессе организации доведения товаров от производителей до потребителей на достижение целей участников по минимизации суммарного размера затрат дистрибуторской сети и максимизации ее дохода (с. 56).

Во втором разделе диссертационной работы «Маркетинговые исследования дистрибуторских сетей реализации продукции» проведен мониторинг современных условий развития дистрибуторских сетей реализации продукции (с. 61-83); дана характеристика дистрибуции как деятельности по распределению и сбыту (с. 83-96), изучена организация функционирования дистрибуторских сетей (с. 96-110).

Автором проведена диагностика развития оптовой торговли в Российской Федерации, рассмотрена деятельность крупных дистрибуторов Российской Федерации, определены ключевые факторы, определяющие успех в рейтинге дистрибуторов России, дана характеристика дистрибуторов Донецкой Народной Республики, рассмотрены особенности работы ритейлеров в Донецкой Народной Республике (с. 63-82).

Отличается научной новизной предложенный автором организационный механизм функционирования дистрибуции, 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 дистрибуторских сетей (с. 87).

В третьем разделе диссертационной работы «Стратегический подход к развитию дистрибуторских сетей реализации продукции» даны рекомендации по оптимизации каналов распределения товаров (с. 114-129); выделены векторы развития дистрибуторских сетей реализации продукции на основе концепции

маркетинга (с. 129-142); предложены стратегические целевые установки по развитию долгосрочных партнерских отношений с дистрибьюторами (142-154).

Вызывает научный интерес представленный в работе механизм интеграции современных маркетинговых методов и информационных технологий в развитие дистрибьюторских сетей, который отличается комплексом тактических и операционных задач распределения и сбыта товаров, что позволит дистрибьюторам более эффективно распределять товаропотоки (с. 141);

Обращает на себя внимание сформулированный научно-практический подход к развитию долгосрочных отношений с дистрибьюторами, который отличается формированием взаимовыгодных партнерств на основе принципов доверия и прозрачности, стратегической интеграции и планирования, совместного разрешения конфликтных ситуаций преодоления трудностей, что позволит спрогнозировать перспективу развития предприятия-дистрибьютора и обеспечит ее реализацию (с. 150).

Все перечисленные научные результаты являются достоверными, содержат научную новизну и отражают весомый вклад автора в решение вопросов развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга.

Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы. Положительно оценивая результаты диссертационной работы Галанского Б.А., тем не менее следует остановиться на дискуссионных положениях и определенных замечаниях к ее содержанию:

1. В первом разделе диссертационной работы автором представлены целевые показатели раздела «Исследования и разработки» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (с. 37-38), но описательная характеристика данных показателей отсутствует. Следовало дать оценку уровня достижения целевых показателей, выявить динамику их выполнения и тенденции, характерные для отдельных блоков данной цифровой программы.

2. В работе автор обращает внимание на логистику, как основу получения конкурентных преимуществ дистрибьютора, указывая на значимость

транспортной и складской логистики. В контексте проведенного исследования целесообразно было в работе уделить внимание вопросам маркетинговой логистики и ее практической реализации.

3. Во втором разделе работы и при изучении дистрибьюции как деятельности по распределению и сбыту автор в качестве тенденций по развитию каналов распределения указывает на рост крупных торговых объектов (супермаркетов и гипермаркетов), большое разнообразие и широкий ассортимент продукции (с. 91). Целесообразно было дать пояснения, как данные тенденции влияют на формирование дистрибьюторских сетей реализации продукции, а также рассмотреть актуальность создания частных торговых марок дистрибьюторами, как перспективного направления роста объема продаж.

4. В работе следовало уделить внимание изучению транзакционных издержек, возникающих в процессе взаимодействия участников дистрибьюторских сетей реализации продукции, так как их величина зависит от уровня развития отношений партнерства между дистрибьюторами.

5. Предложенные в третьем разделе работы векторы развития дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга целесообразно было представить в виде маркетинговой стратегии развития с указанием тактических мероприятий по ее реализации.

Тем не менее, имеющиеся в работе дискуссионные положения и замечания не снижают теоретической и практической значимости представленной диссертации, которая является самостоятельной, завершенной работой, с достаточно обоснованными положениями научной новизны.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней. Диссертационная работа Галанского Бориса Александровича является законченной научно-квалификационной работой, которую отличает научная новизна, теоретическая и практическая значимость. Представленные научные положения, разработки, результаты, выводы и рекомендации получены автором самостоятельно. Личный вклад в работах, опубликованных в соавторстве, конкретизирован в списке работ, опубликованных по теме диссертации. Тема и содержание диссертации

соответствует паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). Ключевые элементы структуры научного исследования: тема, цель, объект, предмет, задачи, выводы, а также положения научной новизны структурно взаимосвязаны и логичны. Автореферат отражает основное содержание диссертации.

Диссертационная работа Галанского Бориса Александровича на тему: «Развитие дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга» по своей структуре, объему и оформлению соответствует требованиям п.9-14 Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 года № 842 (с изменениями), предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Лунина Виктория Юрьевна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

Официальный оппонент:
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга и
логистики ФГБОУ ВО «Донецкая
академия управления и
государственной службы»

В.Ю. Лунина

«20» ноября 2024 г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы»,
283015, РФ, ДНР, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163а
Тел.: +7 (856) 305-14-62; факс: +7 (949) 307-62-67
e-mail: info@donampa.ru
сайт: <https://donampa.ru/>

*Подпись кандидата экономических наук, доцента
Луниной В.Ю. удостоверяется
Ученым секретарем Совета ДРФ
ФГБОУ ВО «ДОНАУИТС»
А.Н. Шилина*

