

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации 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)

В современных условиях хозяйствования, обусловленных жесткой конкуренцией, изменчивостью потребительских предпочтений и запросов, нестабильностью и непредсказуемостью отношений между рыночными субъектами повышается значимость и актуальность вопросов, связанных с разработкой сбытовой стратегии предприятий и поиском новых каналов продвижения товаров на рынок и доведение их до конечных потребителей. Одним из таких каналов является привлечение дистрибьюторов, готовых и способных эффективно осуществить весь комплекс услуг, сопутствующий доставке товаров конечному потребителю, а также оптимизировать расходы, связанные с организацией отделов сбыта и их функционированием, сократить складские и транспортные затраты и др. В связи с этим, изучение вопросов, связанных с развитием дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга, является актуальным направлением исследования.

Содержание автореферата свидетельствует, что проведенное исследование носит системный поисковый характер, сформулированные в нем выводы и предложения базируются на большом количестве источников научной литературы, подкреплены обоснованно выбранной методикой и стратегией исследования.

Вызывает интерес предложенный автором системный подход к формированию стратегии инновационной деятельности предприятий оптовой торговли, обеспечивающей создание инновационной системы дистрибуции, 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 (стр. 8).

Новизну составляет обоснованные автором 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 дистрибьюторской сети и максимизации ее дохода (стр. 9-11).

Положительно следует оценить 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 (стр. 18).

Заслуживает внимания апробация положений диссертационной работы. Основные результаты исследования, изложенные в диссертации, докладывались, обсуждались и получили положительную оценку на 4 научных и научно-практических конференциях с географией: Волгоград, Пермь, Прага и Берлин. По результатам исследования опубликовано 9 научных работ, 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.).

Следует отметить и прикладной характер проведенного исследования. Так, научные рекомендации, представленные в диссертации, 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 положительно характеризуя представленные в автореферате результаты диссертационной работы, считаем необходимым обратить внимание на имеющиеся в ней дискуссионные вопросы:

1. Автором на стр. 13 указывается на необходимость использования маркетинговых автоматизированных систем и платформ управления клиентскими отношениями в процессе развития дистрибьюторских сетей и совершенствования процессов распределения продукции. Целесообразна конкретизация данных предложений.

2. При обосновании механизма интеграции современных маркетинговых методов и информационных технологий в развитие дистрибьюторских сетей (стр. 16) хотелось бы уточнить, исследовался ли зарубежный опыт внедрения информационных и цифровых технологий в практику работы дистрибьюторов?

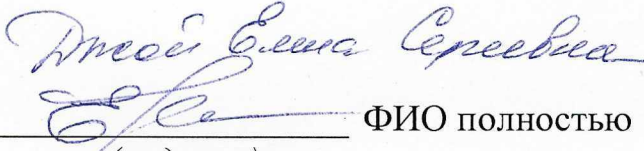
Вместе с тем, указанные замечания не влияют на общую положительную оценку проведенного исследования.

В целом диссертационная работа Галанского Б.А. на тему «Развитие дистрибьюторских сетей реализации продукции на основе концепции маркетинга» является завершенным исследованием, выполнена на высоком теоретическом и научно-методическом уровне, имеет практическую ценность.

Содержание представленного автореферата свидетельствует о соответствии рецензируемой диссертации установленным требованиям, а следовательно, автор – Галанский Борис Александрович – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Согласна на включение моих персональных данных в аттестационное дело и их дальнейшую обработку.

Кандидат экономических наук
Специальность 08.00.01 Экономическая теория,
Доцент кафедры экономики и управления
Санкт-Петербургского гуманитарного
университета профсоюзов
Почтовый адрес:
192238 г. Санкт-Петербург,
ул. Фучика 15, каб. 425
тел: 8 812 3802055
e-mail: jes74@mail.ru


ФИО полностью
(подпись)

«11» ноября 2024 г.

