

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию

Германчук Аллы Николаевны на тему: «Формирование системы трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Актуальность выбранной темы. Современные условия функционирования предприятий характеризуются существенными изменениями в инфраструктуре товарного рынка, появлением новых форматов розничной и оптовой торговли, жесткой конкуренцией и высокой инновационной активностью предприятий в борьбе за покупателя. Кроме того, отмечается высокая насыщенность рынка товарами народного потребления и рост компетентности потребителя. Это значит, что производители должны заниматься разработкой не только новых идей предложения товаров, но и новых способов снижения затрат в производстве продукции для установления более низких цен, новых методов доведения товаров до конечного потребителя с учетом временных и пространственных характеристик, новых подходов к сервисному обслуживанию покупателей. Все вышесказанное обуславливает необходимость кардинальных изменений в механизме взаимодействия участников маркетинговых каналов распределения, что предполагает пересмотр технологий и принципов осуществления маркетинговой деятельности.

Одним из ключевых факторов обеспечения устойчивости и конкурентоспособности предприятий является необходимость повышения эффективности функционирования маркетинговой системы распределения путем выстраивания долгосрочных и взаимовыгодных партнерских отношений между производителем, посредниками и розничными предприятиями, основанных на отношениях бизнес-сотрудничества, согласовании целей и стратегий развития, совместном планировании маркетинговых усилий, что является основой для формирования и развития

нового направления в осуществлении традиционной маркетинговой деятельности предприятий – трейд-маркетинга.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций. Диссертационная работа Германчук А.Н. отличается внутренним единством, логичностью и последовательностью изложения. Научные положения, вынесенные на защиту, аргументированы и являются закономерным результатом проведенного исследования. Выводы и рекомендации получены автором в процессе решения поставленных в исследовании задач, изучения фундаментальных и прикладных работ как отечественных, так и зарубежных авторов по вопросам комплексного решения проблемы разработки концептуальных положений формирования системы трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия.

Достижению цели способствовала постановка системы задач исследования, которые, как следует из содержания диссертации и публикаций автора, полностью решены. Материал в диссертации изложен последовательно в соответствии с планом исследования, а выводы позволяют выделить элементы научной новизны и констатировать завершенность диссертационной работы, а также значительную теоретическую и практическую ценность диссертации.

Обоснованность результатов исследования подтверждается глубоким анализом представительного массива информации с применением различных методологических подходов, в частности структурно-логического и семантического анализа; системного анализа и синтеза; логического анализа и социологических опросов; методов экспертной оценки; матричных методов; экономико-математических методов; метода парных сравнений; метода развертывания функции качества (QFD); методов моделирования принятия решений в условиях неопределенности и риска; VRIO-анализа; теории нечетких множеств.

Терминология, стиль и язык изложения материала соответствует принятым нормам научной литературы. Работа оформлена в соответствии с установленными Министерством образования и науки Донецкой народной Республики требованиями и стандартами. Содержание автореферата отражает основные положения диссертации. Работа соответствует Паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.

Заявленные диссертантом результаты достоверны, что, в частности, обеспечивается: подробной аргументацией научных положений, выводов и рекомендаций, полученных в работе; методикой проведения анализа решаемой исследовательской задачи, основанной на принципах проведения научного исследования; аргументированным процессом их формализации и интерпретации результатов.

К основным научным результатам диссертационной работы относится:

1. Впервые разработана концепция трейд-маркетинга как научно-обоснованная система принципов, подходов и взглядов на процесс взаимодействия участников маркетинговой системы распределения по формированию уникального ценностного предложения, что позволит обеспечить создание высокой потребительской ценности для потребителя (стр. 68-69).

2. Разработаны и обоснованы концептуальные положения ценностно-логистического взаимодействия участников маркетинговой системы распределения продукции, базирующиеся на механизме формирования ценности в каналах распределения и бизнес-процессах маркетинговой логистики, которые позволяют обеспечить координацию и согласование действий в цепи создания дополнительной ценности (стр. 52-53).

3. Определены теоретико-методологические положения по бизнес-сотрудничеству в маркетинговых каналах распределения продукции, основанные на взаимовыгодных совместных действиях и усилиях и общем несении рисков для достижения общих целей и обеспечения более высоких результатов, что будет способствовать достижению баланса интересов функционально связанных бизнес-субъектов, обеспечивающих доведение товаров от производителя до потребителя (стр. 56-61, 128-143).

4. Усовершенствованы концептуальные положения маркетинговой логистики, которые отличаются от существующих обоснованием места маркетинговой логистики в архитектуре трейд-маркетинга как основы управления потоковыми процессами в каналах распределения, что позволит вывести систему распределения товаров на качественно новый уровень и будет способствовать рационализации структуры и параметров товарных потоков, обеспечению надлежащего сервисного обслуживания потребителей и оптимизации расходов (стр. 101-107).

5. Предложена система адаптивного дизайна трейд-маркетинга, которая базируется на модели ожиданий потребителя и определяет направления реализации конкурентной адаптивности и адаптивности архитектуры трейд-маркетинга, что позволит создать условия для эффективного функционирования системы распределения в динамичной маркетинговой среде (стр. 266-268).

6. Предложен научно-методический подход к формированию архитектуры трейд-маркетинга, который в отличие от существующих, базируется на основном, логистическом и обеспечивающем функционалах, его использование позволит обеспечить решение наиболее важных проблем, связанных с формированием долгосрочных взаимовыгодных отношений между участниками маркетинговых каналов распределения в процессе создания потребительской ценности (стр. 64-68, 229-234).

7. Разработан методологический подход к диагностике комплексного маркетингового взаимодействия, который, в отличие от существующих, основан

на анализе степени согласованности целей участников системы распределения, качества приложения маркетинговых усилий в разрезе элементов архитектуры трейд-маркетинга и качества формирования совместных маркетинговых фондов, что позволит всесторонне исследовать взаимосвязанные процессы участников маркетинговых каналов распределения (стр. 159-175).

8. Сформирована модель бизнес-процессов маркетинговой логистики за счет разработки цепочки создания потребительской ценности в каналах распределения, что позволит оценить вклад каждого из участников в получение конечного результата и формирование цепи создания стоимости (стр. 119-124).

9. Разработан механизм формирования потребительской ценности в маркетинговых каналах распределения продукции, который, в отличие от традиционных, рассматривается как совокупность маркетинговых и логистических инструментов воздействия участников маркетинговых каналов распределения на процесс создания ценности для конечного потребителя, что позволит стимулировать повышение их рыночной активности и оперативного взаимодействия в процессе доведения товара до потребителя (стр. 176-190).

10. Обоснован научно-методический подход к формированию стратегических активов трейд-маркетинговой деятельности как основы конкурентной адаптивности, структура которых наряду с маркетинговыми активами (частью стратегического потенциала предприятия (стратегическими ресурсами и потенциальными возможностями), обладающими определенной экономической и социальной ценностью), дополнена блоком маркетинговых компетенций, характеризующих необходимые персоналу знания, умения и навыки в области управления трейд-маркетинговой деятельностью (233-234).

11. Получил дальнейшее развитие понятийный аппарат концепции трейд-маркетинга, «трейд-маркетинг» (стр. 24), «ценностно-логистическое взаимодействие» (стр. 52), «комплексное маркетинговое взаимодействие»

(стр. 62); «маркетинговая логистика» (стр. 100), «бизнес-процессы маркетинговой логистики» (стр. 112).

12. Разработаны методологические положения по оценке результативности трейд-маркетинга посредством использования маркетинговых метрик, основанные на системе сбалансированных показателей в разрезе ключевых перспектив: экономические результаты, клиенты, партнеры, трейд-маркетинговые усилия, реализация которых позволит комплексно оценить эффективность трейд-маркетинговой деятельности, согласовать интересы заинтересованных в успешном взаимодействии сторон и определить ориентиры стратегического развития трейд-маркетинга (стр. 245-257).

Анализ результатов, полученных в диссертации, свидетельствует об их научной новизне, что представлено в методологическом обосновании, разработке концепции и научно-методических положений маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований. Элементы научной новизны диссертации Германчук Аллы Николаевны соответствуют паспорту специальности научных работников 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Результаты диссертационной работы апробированы на научных и научно-практических конференциях в Российской Федерации, Донецкой Народной Республике, Луганской Народной Республике. Основные положения диссертации опубликованы в 48 научных трудах, среди которых 1 личная монография, 22 статьи в рецензируемых научных изданиях. Объем печатных трудов и их количество соответствуют требованиям ВАК ДНР, предъявляемым к публикациям основного содержания диссертации на соискание ученой степени доктора наук.

Замечания. Отмечая целостность и завершенность проведенного исследования, следует отметить, что в работе имеется ряд положений дискуссионного характера:

1. В разделе 1 диссертационной работы автору следовало обосновать значимость ценностного взаимодействия в становлении концептуальных положений бизнес-сотрудничества.

2. Автором недостаточно полно раскрыты вопросы создания дополнительной ценности участников маркетинговых каналов распределения продукции.

3. В пятом разделе работы автор указывает, что в процессе формирования адаптивной архитектуры трейд-маркетинга целесообразно использовать моделирование принятия решений в условиях неопределенности и риска. Целесообразно также было рассмотреть виды рисков, возникающих в процессе осуществления трейд-маркетинговой деятельности.

4. В представленной на рисунке 4.7 схеме причинно-следственного взаимодействия детерминантов развития трейд-маркетинга целесообразно было дать экспертную оценку влияния указанных факторов, что позволило бы в дальнейшем составить трендовые прогнозы его развития.

5. Недостаточно полно в работе рассмотрены вопросы оптимизации логистических затрат, возникающих в процессе доведения товаров от производителя к потребителю.

Наличие указанных дискуссионных положений и замечаний не влияет положительное впечатление от работы и не снижает значимость диссертации.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней. Диссертация является законченной научно-квалификационной работой, выполненной автором самостоятельно на высоком научном уровне. В работе решена научная проблема формирования системы трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия, основанной на теоретическом обобщении концептуально новых теоретико-методологических подходах и научно-практических положениях.

Изучение основных положений диссертации Германчук Аллы Николаевны на тему «Формирование системы трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия» позволяет сделать вывод, что по своему содержанию и оформлению, научной новизне результатов, уровню их обоснованности и достоверности, а также теоретической и практической ценности выводов и рекомендаций работа соответствует требованиям п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Совета Министров ДНР от 27.02.2015г. № 2-13, 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).

Я, Припотень Владимир Юрьевич, согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Доктор экономических наук,
профессор кафедры менеджмента
Государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический университет»

В.Ю. Припотень

Подпись Припотня В.Ю. удостоверяю



Сигма

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический университет»
94204, г. Алчевск, пр. Ленина, д. 16
Тел.: (06442) 2-60-43
e-mail: info@dstu.education
сайт: http://www.dstu.education.ru