

О Т З Ы В

на автореферат диссертационной работы

Германчук Аллы Николаевны

на тему: «**ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГА НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**»,
представленную 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)

В условиях общемировой глобализации исследование любых экономических процессов на всех уровнях приобретает особую актуальность и значимость. При этом острую необходимость имеют исследования, посвященные изучению особенностей ведения бизнеса через призму маркетинговых стратегий, концепций и инструментов. Одним из действенных общепризнанных и эффективных путей ведения бизнеса является разработка программ по управлению трейд-маркетингом. Тем не менее, отечественными учеными и практиками достаточного внимания технологиям и способам реализации данного направления еще не уделено.

Недостаточная разработанность теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию системы трейд-маркетинга обуславливает необходимость их взаимосвязи на основе ценностно-логистического взаимодействия участников системы распределения. Это предопределило актуальность темы диссертационной работы Германчук Аллы Николаевны, легло в основу постановки цели, задач и структуры.

Представленные в автореферате теоретические и практические разработки содержат элементы научной новизны, определяются актуальностью, достоверностью и имеют практическую ценность. Это позволяет говорить об обоснованности и достоверности полученных результатов исследования.

Отличается научной новизной предложенная автором 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

Вызывает научный интерес 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.

Особо следует отметить усовершенствованный методологический подход к диагностике комплексного маркетингового взаимодействия, который 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.

Заслуживает внимания механизм формирования потребительской ценности в маркетинговых каналах распределения продукции, который 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.

Изучение автореферата позволяет утверждать, что структура диссертационной работы логична, материал изложен последовательно и грамотно. Выводы основываются на проведенном исследовании и полученных результатах. В качестве замечаний и рекомендаций к работе выделим следующие.

1. Автором на странице 8 указано, что трейд-маркетинг направлен на формирование эффективного механизма удовлетворения спроса потребителей и обеспечение долгосрочного коммерческого успеха на рынке, однако в тексте автореферата исследованию современных особенностей такого механизма внимания не уделено.
2. Исключительно алгоритм оценки ценности комплексного маркетингового взаимодействия в каналах распределения продукции (рис. 7), автору всё же следовало бы кратко пояснить основные его формулы.

Однако перечисленные замечания не снижают научной ценности проведенного исследования и не влияют на общий позитивный вывод по диссертации.

Таким образом, содержание автореферата позволяет констатировать, что диссертация является законченным научным исследованием, которое по научной новизне, обоснованности и достоверности результатов, теоретической и практической значимости отвечает требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а её автор – Германчук Алла Николаевна заслуживает присуждения учёной степени доктора экономических наук по

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

Я, Киевич Александр Владимирович, согласен
на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Д.э.н., научная специальность:

08.00.10. – Финансы, денежное обращение и кредит,

08.00.14. – Мировая экономика,

профессор, профессор кафедры финансов

Учреждения образования

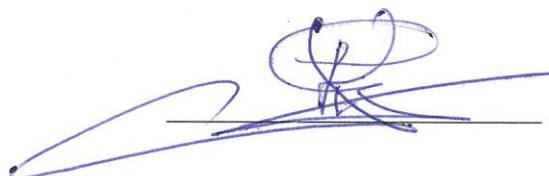
«Полесский государственный университет»,

г. Пинск, ул. Днепровской Флотилии, д. 23.

Республика Беларусь, 225710

+ 375 29 99 55 381.

Е-майл: a.v.kievich@yandex.ru



/Кievich Александр Владимирович/

Корниев Кирилл ИВАНОВИЧ
Ученик ОУ №

