

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации 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)

В автореферате диссертации Германчук Аллы Николаевны на тему «Формирование системы трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия» изложено решение проблемы по формированию системы трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия, которое основывается на теоретическом обобщении, концептуально новых теоретико-методологических подходах и научно-практических положениях, имеющие важное теоретическое и практическое значение для максимально полного удовлетворения потребностей потребителей и обеспечения роста потребительской ценности в маркетинговых каналах распределения.

В автореферате диссертации предоставлено системное описание выполненной научной работы, выделены основные положения научной новизны результатов проведенного исследования.

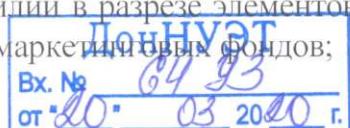
Автором сформирована парадигма трейд-маркетинга в современных условиях; рассмотрена значимость ценностного подхода в развитии трейд-маркетинга; разработана концепцию трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия участников системы распределения; обоснована необходимость логистического подхода к осуществлению трейд-маркетинговой деятельности; разработаны концептуальные положения маркетинговой логистики и модель бизнес-процессов маркетинговой логистики в системе трейд-маркетинга; определены концептуальные положения бизнес-взаимодействия в системе трейд-маркетинга; разработан научно-методический подход к диагностике комплексного маркетингового взаимодействия в системе трейд-маркетинга и механизм формирования и оценки потребительской ценности; определены факторы и детерминанты трейд-маркетинга; усовершенствованы методологические основы адаптивного формирования архитектуры трейд-маркетинга; разработан научно-методологический подход к оценке результативности трейд-маркетинговой деятельности с использованием маркетинговых метрик; разработана система адаптивного дизайна трейд-маркетинга; сформирован портфель стратегий развития трейд-маркетинга; разработана когнитивная модель развития трейд-маркетинга в условиях конкурентной рациональности.

Особенно хотелось бы подчеркнуть значимость таких разработок и предложений:

1) 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;

2) 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;

3) методологический подход к диагностике комплексного маркетингового взаимодействия, основанный на анализе степени согласованности целей участников системы распределения, качества приложения маркетинговых усилий в разрезе элементов архитектуры трейд-маркетинга и качества формирования совместных маркетинговых фондов;



4) 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;

5) научно-методический подход к формированию стратегических активов трейд-маркетинговой деятельности как основы конкурентной адаптивности.

Основные положения, выводы и рекомендации, изложенные в автореферате, достаточно обоснованы и достоверны, цель работы достигнута в полной мере.

Диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», ее результаты имеют не только теоретическую значимость, но и практическую ценность, что подтверждается справками о внедрении результатов исследования в практику деятельности предприятий. Теоретические положения и выводы диссертации используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Кроме того, результаты работы апробированы на научно-практических конференциях, отражены в 48 научных работах.

К тексту автореферата имеются некоторые замечания:

1. Несмотря на то, что получивший дальнейшее развитие понятийный аппарат «трейд-маркетинг», «маркетинговая логистика», «бизнес-процессы маркетинговой логистики», «ценостно-логистическое взаимодействие», «комплексное маркетинговое взаимодействие» - рассмотрены по тексту автореферата, целесообразно было раскрыть их в положениях научной новизны.

2. В тексте автореферата автор использует понятия «ценостное предложение» и «потребительская ценность». Целесообразно было раскрыть данные понятия и показать их взаимосвязь.

Представленные недостатки не влияют на обоснованность полученных теоретических и практических результатов диссертационной работы. Таким образом, диссертация Германчук А.Н. является завершенной и самостоятельной работой, решает важную научную проблему, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Я, Кучер Вячеслав Анатольевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук
по специальности 08.00.04 –
Экономика и управление предприятиями
(по видам экономической деятельности),
профессор, профессор кафедры «Экономика
и маркетинг» ГОУ ВПО «Донецкий
национальный технический университет»

В.А. Кучер

Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Донецкий национальный технический университет»
ДНР, г. Донецк, ул. Артема, 96
тел.: +38(062) 301-03-78
e-mail: ief_donntu@mail.ru

