

В диссертационный совет Д 01.004.01 при ГО ВПО
«Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»,
по адресу 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31

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)

Одним из ключевых положений современной маркетинговой теории является признание доминирующей роли розничной торговли в системе взаимоотношений участников маркетинговых каналов распределения. Вместе с тем, в маркетинговой практике отношения с потребителями и клиентами выстраиваются по устаревшим технологиям с позиций совершения простых трансакций, сопровождающих сделки купли-продажи товаров. Это обстоятельство требует существенного пересмотра механизма функционирования маркетинговых систем распределения товаров и взаимодействия в них на основе ценностно-логистического подхода, назначение которого состоит не только в обеспечении более полного удовлетворения потребностей потребителей и роста потребительской ценности, но и в достижении устойчивых конкурентных преимуществ, связанных с процессом формирования отношений партнерства и сотрудничества между участниками маркетинговых каналов распределения.

В автореферате диссертации представлено системное описание всех структурных подразделов работы, четко выделены основные положения научной новизны и результаты проведенного исследования. Автором разработана парадигма трейд-маркетинга в современных условиях; обоснован ценностный подход в развитии трейд-маркетинга; разработана концепция трейд-маркетинга в условиях ценностно-логистического взаимодействия участников системы распределения; обоснована необходимость логистического подхода и разработаны концептуальные положения маркетинговой логистики как источника получения конкурентных преимуществ; рассмотрены вопросы бизнес-сотрудничества и комплексного маркетингового взаимодействия в каналах распределения; проведено маркетинговое исследование

результативности трейд-маркетинга; представлена система адаптивного дизайна трейд-маркетинга, сформирован портфель стратегий трейд-маркетинга и разработана когнитивная модель развития трейд-маркетинга.

С положительной точки зрения следует отметить предложенные автором концептуальные положения маркетинговой логистики (стр. 14) представленный в работе механизм формирования потребительской ценности, направленный на обеспечение согласованности действий участников маркетинговых каналов распределения в процессе доведения товара из сферы производства в сферу потребления (стр. 8); схему причинно-следственного взаимодействия детерминантов развития трейд-маркетинга (стр. 19). Вызывает интерес также алгоритм оценки ценности комплексного маркетингового взаимодействия в каналах распределения продукции, предусматривающий оценку степени согласованности целей участников системы распределения, качества приложения маркетинговых усилий в разрезе элементов архитектуры трейд-маркетинга и качества формирования совместных маркетинговых фондов, что позволяет всесторонне исследовать взаимосвязанные процессы участников маркетинговых каналов распределения (стр. 16).

Основные положения, выводы и рекомендации, изложенные в автореферате, имеют достаточно высокую степень научной обоснованности и достоверности, а цель диссертации достигнута в полной мере.

Как показывает автореферат, 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.

Работа написана хорошим стилем, материал изложено последовательно, логично и аргументированно. Автореферат составлен с соблюдением установленных требований, дает адекватное представление о работе.

Однако в автореферате целесообразно было представить итоги оценки результативности трейд-маркетинга (особенно в части анализа перспективы «экономические результаты») и расчет экономического эффекта представленных в 5-м разделе диссертационной работы рекомендаций. Между тем данное замечание не оказывает существенного влияния на теоретическую и практическую значимость проведенного соискателем научного исследования.

Как свидетельствует автореферат диссертационная работа Германчук Аллы Николаевны на тему: «Формирование системы трейд-маркетинга на основе ценностно-логистического взаимодействия» выполнена на достаточном научно-методологическом и практическом уровне с соблюдением всех требований, 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).

Согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности)), профессор, заведующая кафедрой технологии, организации и управления строительством Академии строительства и архитектуры ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского» (структурное подразделение)

Наталья Владимировна Цопа

Контактные данные:
295050, Республика Крым, г. Симферополь,
ул. Киевская, 181
тел. +7 978 839-57-33
e-mail: Natasha-ts@yandex.ru

Подпись д.э.н., проф. Цопы Н.В. удостоверяю:

Учёный секретарь Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского (ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»)



Л.М. Митрохина