

## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента на диссертационную работу  
Манаенко Екатерины Игоревны  
на тему «Механизм формирования и развития рынка книжной  
продукции», представленную на соискание ученой степени кандидата  
экономических наук по специальности  
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)**

### **Актуальность выбранной темы**

С развитием рыночных отношений спрос на книжную продукцию постоянно возрастает, а книга в этой сфере стала товаром, который воспитывает интеллект человека, удовлетворяет познавательные и эстетические потребности. Таким образом, рост потребностей в книге формирует и регулирует книжный рынок, на который поступает книга.

Необходимо отметить, что в такой специфической области деятельности, как книжное дело, маркетинг проявляется несколько иначе, чем в сфере потребительских товаров. Необходимость маркетингового подхода в книжном деле вызвана ходом естественного развития и современной трансформацией экономики в целом. По мере дифференциации ассортимента книжной продукции, формирования новых направлений в спросе населения, обострения конкуренции на рынке книжной продукции, применения новых форм интеграции участников единого рыночного процесса все более остро встает вопрос изучения механизма инновационного развития рынка книжной продукции.

Следование принципам маркетинга означает, прежде всего, формирование маркетинговой стратегии, на которой основывается план маркетинг и программа соответствующих мероприятий и которая рассматривается как комплекс принципов и базовых решений в деятельности издательских и книготорговых предприятий, как выбор ими приоритетных целей и направлений в выпуске и реализации книжной продукции.

Книготорговый рынок находится в постоянном движении: возникают новые каналы сбыта, изменяется структура торговой сети, в связи с чем при разработке маркетинговой стратегии необходимы тщательный анализ информации о рынке книжной продукции и действиях конкурентов, а также технико-экономический анализ возможностей фирмы. С этой точки зрения книжный маркетинг можно рассматривать как комплексную деятельность по

выявлению потребностей потенциальных покупателей книжной продукции и их удовлетворению, как гибкое реагирование на изменения рыночной конъюнктуры с целью достижения прибыли.

Несмотря на высокую ценность научного вклада зарубежных и отечественных ученых в решение вопросов маркетинга на рынке книжной продукции, в настоящее время ряд проблем теоретического и методологического характера остаются нерешенными, а существующие научно-методические подходы требуют усовершенствования с учетом современной трансформации рынка книжной продукции. Исходя из этого, можно утверждать, что тема диссертационной работы Манаенко Екатерины Игоревны актуальна, а проведенное исследование механизма формирования и развития рынка книжной продукции является своевременным.

### **Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций**

Диссертационная работа Манаенко Екатерины Игоревны на тему: «Механизм формирования и развития рынка книжной продукции» соответствует паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) в части пунктов 9.1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга; 9.12. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге; 9.17. Формирование эффективной системы распределения товаров в компании, управление продажами в современных условиях конкурентной рыночной среды; 9.20. Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

Представленная автором диссертационная работа построена на основе обобщения и критического анализа концептуальных положений фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных ученых по функционированию потребительского рынка в целом и рынка книжной продукции в частности, использования маркетингового инструментария в практике организации торговли книжной продукцией, вопросам применения интернет и цифровых технологий в развитии рынка книжной продукции.

Цель исследования соответствует теме диссертационной работы. Содержание сформулированных научных задач структурно и логически

согласовано, их количество является достаточным для раскрытия темы диссертации и достижения поставленной цели.

Достижению цели способствовала постановка системы задач исследования, которые, как следует из содержания диссертации и публикаций автора, полностью решены. Последовательное и глубокое решение комплекса исследовательских задач обеспечило необходимый для кандидатской диссертации уровень научной новизны, практической значимости и методической ценности авторских предложений. Авторские выводы, результаты и рекомендации обоснованы, базируются на применении современного исследовательского и аналитического инструментария.

Практическая значимость полученных результатов состоит в теоретическом обосновании и разработке механизма инновационного развития рынка книжной продукции, который позволит книготорговым предприятиям успешно адаптироваться в современных условиях военно-политического кризиса и становления государственности Донецкой Народной Республики. Наиболее существенную практическую ценность имеют следующие научно-прикладные разработки: концепция книготоргового маркетинга, комплекс моделей и методов решения маркетинговых задач в организации книжной торговли, механизм инновационного развития рынка книжной продукции, комплекс книготоргового маркетинга, концептуальная модель создания и развития республиканской сети книжной торговли, методологический подход к сегментированию рынка книжной продукции, научно-методический подход к оценке эффективности электронной торговли книжной продукцией.

Результаты исследования достаточно полно и аргументированно отражены в 28 научных работах, в том числе: 3 коллективных монографиях, 8 статьях в рецензируемых научных изданиях, 2 статьях в прочих изданиях, 15 тезисах докладов в сборниках по материалам конференций

### **Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций**

Изучение диссертационной работы позволяет сделать вывод, что в процессе исследования автором получен ряд научных результатов, определяющих новизну диссертационной работы:

1. Заслуживает внимания представленная автором терминологическая основа, в которой уточняются понятия «книга», «книжная продукция» и

«книготорговый маркетинг», которые дополнены формами представления: печатная, электронная и аудио.

2. Научной новизной отличается предложенная автором концепция книготоргового маркетинга, которая представляет собой научно-обоснованную идею, основанную на разработке стратегических решений в области продвижения книжной продукции, которая дополнена культурно-пропагандистской функцией, направленной на популяризацию книжной культуры и повышение престижности чтения как культурной ценности, что позволит обеспечить более полное удовлетворение интеллектуальных потребностей потребителей.

3. Положительно следует отметить предложенный автором комплекс моделей и методов решения маркетинговых задач в организации книжной торговли, адаптированных к особенностям управления продажей книжной продукции в offline и online среде с использованием одноканальной и многоканальной системы массового обслуживания, что позволит обеспечить снижение затрат, рост оперативности и качества обслуживания покупателей;

4. Заслуживает внимания представленный в работе механизм инновационного развития рынка книжной продукции, рассматриваемый как комплекс регулярных и последовательных действий инновационно-производственного, экономического и социально-культурного характера, обеспечивающий целенаправленное воздействие на совершенствование инфраструктуры рынка, правовой и законодательной базы, трансформацию взаимоотношений между субъектами книготорговой отрасли, что будет способствовать реализации единой комплексной программы развития рынка книжной продукции.

5. Несомненным достоинством работы является предложенный автором комплекс книготоргового маркетинга, который дополнен этапами жизненного цикла книжной продукции: Inmedia - книга получает «вторую жизнь» за счет других форм представления (на дисках или других электронных и виртуальных носителях, аудио книги, а также ее экранизация) и Inweb - книга становится доступной через сеть Интернет при нарушении авторских прав и перестает приносить прибыль законному владельцу, а также комплексом новых маркетинговых коммуникаций в зависимости от формы издания книжной продукции;

6. Научную ценность имеет концептуальная модель создания и развития республиканской сети книжной торговли. Данная концептуальная

модель позволит обеспечить развитие рынка книжной торговли, что будет способствовать повышению интеллектуального потенциала населения.

7. Научную значимость имеет методологический подход к сегментированию рынка книжной продукции, который основан на трехступенчатой модели сегментации рынка и дополнен критерием предпочтения к формату книг (печатные, электронные, аудио), что позволит акцентировать внимание на индивидуальных предпочтениях потребителей, разработать оптимальную стратегию позиционирования в разрезе элементов комплекса маркетинга, а также будет способствовать эффективному распределению маркетинговых ресурсов при формировании ассортимента книжного магазина.

8. Научную значимость имеет научно-методический подход к оценке эффективности электронной торговли книжной продукцией, отличающийся использованием системы специфических индикаторов на каждом из этапов «воронки продаж» (трафик, лид, микроконверсии, макроконверсии), что позволит комплексно оценить функциональность сайта предприятия розничной торговли книжной продукцией, его конкурентоспособность и целевую аудиторию с целью обоснования эффективных маркетинговых решений по оптимизации продаж книжной продукции.

Анализ содержания диссертационной работы позволяет сделать вывод о том, что результаты работы, полученные с использованием общенаучных и специальных аналитических методов, позволили решить поставленные задачи, системно и комплексно исследовать механизм инновационного развития рынка книжной продукции.

### **Дискуссионные положения и замечания**

Положительно оценивая уровень диссертационной работы, ее теоретическое и практическое значение, следует отметить наличие определенных недостатков и дискуссионных положений:

1. При рассмотрении зарубежного опыта целесообразно уделить внимание состоянию и развитию книжного дела Донецкого региона, так как до 2014 года он являлся одним из ведущих регионов по книгоизданию.

2. В подразделе 2.3 диссертационной работы для формирования книжной культуры у населения автором предложено применение новейших маркетинговых технологий продвижения для различных форм книжной продукции, таких как: краудсорсинг, буккроссинг, флешмоб, Кулхантинг,

«Word-of-mouth» advertising и buzzmarketing, которые следовало бы рассматривать во взаимосвязи с традиционными элементами комплекса продвижения, такими как реклама, брендинг, паблисити и паблик рилейшнз.

3. В разделе 3 диссертационной работы автором предложен механизм инновационного развития рынка книжной продукции, однако не в полной мере освещены риски разработки комплекса мероприятий по осуществлению финансирования, способствующего активизации развития и модернизации субъектов торговли книжной продукцией.

4. Концептуальную модель создания и развития республиканской сети книжной торговли целесообразно было бы дополнить таким элементом как «Органы исполнения» для понимания их полномочий.

Наличие указанных замечаний не меняет положительного впечатления от работы и не снижает значимость проведенного исследования для теории и практики формирования и развития рынка книжной продукции.

#### **Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней**

Диссертационная работа Манаенко Екатерины Игоревны на тему «Механизм формирования и развития рынка книжной продукции» является законченной научно-исследовательской работой на актуальную тему. Научные положения, разработки, результаты, выводы и рекомендации, выносимые на защиту, получены автором самостоятельно. Главная идея работы прослеживается как на этапе теоретического обоснования, так и на этапе разработки соответствующих рекомендаций по ее внедрению.

Содержание автореферата и основные положения диссертации идентичны. Работа полно и достоверно отражает основные положения диссертации. Текст диссертации изложен научным стилем, грамотным языком. Стил изложения материала характеризуется логичностью и последовательностью, наличием четких выводов по каждому разделу и в целом по результатам проведенного исследования. Соискателем получены научные обоснованные результаты, которые в совокупности решают задачу совершенствования вирусного маркетинга в системе продвижения товаров и услуг.

Тема и содержание диссертации соответствует профилю диссертационного совета Д 01.004.01 ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и

паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг). Диссертация содержит вынесенные на публичную защиту теоретические обобщения, аналитические разработки, выводы и предложения, которые соответствуют общественным потребностям и служат развитию маркетинга как науки. Основные положения диссертации, вынесенные на защиту, содержат элементы научной новизны.

Таким образом, диссертационная работа соответствует п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Совета Министров ДНР, а ее автор – Манаенко Екатерина Игоревна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг).

*Я, Колтакова Галина Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных*

Официальный оппонент:

кандидат экономических наук,  
заведующая кафедрой информационных технологий, математики и физики  
Государственного образовательного учреждения высшего образования  
Луганской Народной Республики  
«Луганский государственный аграрный университет»



Г.В. Колтакова

Подпись Колтаковой Г.В. заверяю

Контактные данные:  
91008, Луганск, городок ЛНАУ, 1  
тел. +38(0642) 96-60-40  
e-mail: rector@lnau.su  
сайт: http://lnau.su

Подпись	<i>Колтакова Г.В.</i>
Подтверждаю:	<i>Иванова Е.</i>
Нач. отдела кадров	
« _____ »	<i>Декабрь 2014</i>