

ОТЗЫВ

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

Манаенко Екатерина Игоревна окончила в 2013 году Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского и получила диплом специалиста по специальности «Товароведение и коммерческая деятельность». После окончания университета поступила в аспирантуру, с сентября 2013 работала в должности ассистента на кафедре маркетинга и коммерческого дела, а с 2017 года и по настоящее время занимает должность старшего преподавателя этой же кафедры. Педагогический стаж составляет 8 лет.

В процессе работы над диссертацией Манаенко Екатерина Игоревна проявила себя инициативным, целеустремленным, организованным, ответственным, грамотным специалистом, квалифицированным исследователем, который способен логично мыслить, обрабатывать аналитический материал, имеющим высокий уровень теоретической и практической подготовки.

Диссертационная работа Манаенко Е.И. посвящена вопросам формирования и развития рынка книжной продукции на основе современных маркетинговых инструментов, что позволит повысить социально-экономическую эффективность деятельности предприятий по продвижению книжной продукции, адаптировать их работу к новым условиям рыночной трансформации экономики Донецкой Народной Республики, формировать и обеспечивать научное обоснование развития рынка книги, что нашло отражение при выборе темы диссертационной работы.

В диссертации Манаенко Е.И. логично сформулированы задачи исследования и определена методология ее проведения. Структура диссертации сформирована на основании поставленных задач, которые определили логику и этапы, охватывающие теоретические, методические и практические разработки рассматриваемых проблем.

Диссертационная работа Манаенко Екатерины Игоревны содержит ряд новых результатов, научная достоверность которых не вызывает сомнения, а именно:

предложена концепция книготоргового маркетинга, которая представляет собой научно-обоснованную идею, основанную на разработке стратегических решений в области продвижения книжной продукции;

получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат в части уточнения понятий «книга», «книжная продукция», «книготорговый маркетинг»;

разработан комплекс моделей и методов решения маркетинговых задач в организации книжной торговли, адаптированных к особенностям управления продажей книжной продукции в offline и online среде;

представлен методологический подход к сегментированию рынка книжной продукции, основанный на трехступенчатой модели сегментации рынка, дополненной критерием предпочтения к формату книг (печатные, электронные, аудио);

комплекс книготоргового маркетинга, который дополнен этапами жизненного цикла книжной продукции и элементами новых маркетинговых коммуникаций в зависимости от формы издания книжной продукции;

научно-методический подход к оценке эффективности электронной торговли книжной продукцией, отличающийся формированием системы специфических индикаторов, основанных на ключевых метриках эффективности (микроконверсиях и макроконверсиях);

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;

концептуальная модель создания и развития республиканской сети книжной торговли, которая позволит обеспечить развитие рынка книжной торговли и будет способствовать повышению интеллектуального потенциала населения.

Диссертация Манаенко Е.И. является законченной самостоятельной научно-исследовательской работой, содержащей новые конкретные решения важной народно-хозяйственной задачи организационного развития рынка книжной продукции.

Сформулированные и обоснованные в диссертационной работе научные положения, выводы и рекомендации получены автором самостоятельно на основе всестороннего изучения отечественного и зарубежного опыта, литературных источников и практических материалов, касающихся

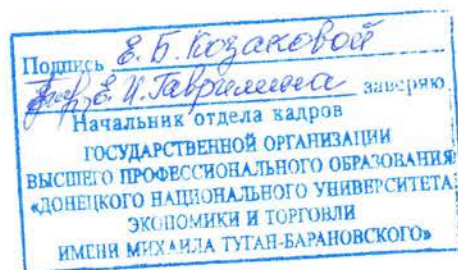
статистических данных об использовании вирусного маркетинга в системе продвижения товаров и услуг.

Результаты работы получили широкую апробацию. По результатам исследования опубликовано 28 научных работ. среди которых: 3 коллективные монографии, 8 статей в рецензируемых научных изданиях, 2 статьи в прочих изданиях, 15 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 11,09 печ.л., из которых лично автору принадлежат 8,98 печ.л.

Материалы диссертации приняты к внедрению Департаментом развития торговли и технического регулирования Министерства промышленности и торговли ДНР, используются в деятельности ООО «Торгово-издательский Дом «Пионер», ООО «Первая городская типография», ООО «Книготорговое предприятие «Автограф», ООО «Донбасс-консалт», что подтверждено соответствующими справками о внедрении. Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании учебных дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Торговый маркетинг», «Мерчендайзинг».

Таким образом, теоретические положения и практические рекомендации, разработанные в диссертационной работе Манаенко Е.И. представляют собой результат завершеного научного исследования. Диссертационная работа на тему «Механизм формирования и развития рынка книжной продукции» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, 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).

Научный руководитель:
 профессор кафедры маркетинга и
 торгового дела ГО ВПО
 «Донецкий национальный университет
 экономики и торговли имени
 Михаила Туган-Барановского»
 кандидат экономических наук, доцент



Е.Б. Казакова