**Антошин С.В.**

# Маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов в условиях трансформации экономики

**2023**

**Диссертация**

**на соискание ученой степени**

**кандидата экономических наук**

**[Полный текст диссертации](https://право.информ2000.рф/dostup.htm)**

[**Написание на заказ студенческой и аспирантской работы**](https://право.информ2000.рф/diplom.htm)

[**Вернуться в каталог диссертаций по маркетингу**](https://право.информ2000.рф/marketing4/marketing4-20.htm)

[**Книги и диссертации по экономике, праву и экологии - полные тексты**](https://право.информ2000.рф/dissertation.htm)

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

Раздел 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К

СУЩНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ДИСТРИБУТИВНЫХ КОМПАНИЙ

14

1.1 Тенденции и актуальность маркетинговой деятельности

хозяйствующих субъектов в условиях трансформации экономики

14

1.2. Особенности современных инновационных и интеграционных

маркетинговых процессов на потребительском рынке и в условиях

трансформации экономики

31

1.3 Концептуальные основы сохранения конкурентных преимуществ

дистрибутивных компаний

48

Выводы к разделу 1 64

Раздел 2 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ДИСТРИБУТИВНЫХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ

ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

68

2.1 Состояние и тенденции развития деятельности дистрибутивных

компаний

68

2.2 Исследование маркетинговой среды дистрибутивных компаний 86

2.3 Научно-методический подход к оценке эффективности

применения маркетинговых инструментов в деятельности

дистрибутивных компаний в условиях трансформации экономики

99

Выводы к разделу 2 116

Раздел 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ

СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИСТРИБУТИВНЫХ

КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

119

3.1 Механизм активизации конкурентоспособности дистрибутивных

компаний

119

3.2 Маркетинговые активы как фактор конкурентного преимущества 132

3

дистрибутивных компаний

3.3 Стратегия маркетинговой деятельности дистрибутивных

компаний в условиях трансформации экономики

145

Выводы к разделу 3 157

ВЫВОДЫ 159

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 165

ПРИЛОЖЕНИЯ 186

Приложение А Справки о внедрении результатов исследований 187

Приложение Б Структуры региональной популярности запросов 191

Приложение В Суммы продаж по ассортиментным группам

товаров за N-й месяц 2023 г. территориальных дистрибуторов №2 и

№3

206

Приложение Г Оценка эффективности применения маркетинговых

инструментов дистрибутивными компаниями в условиях

трансформации экономики

208

Приложение Д Визуализация обработки результатов анкетирования

в пакете Statistica

212

[**Полный текст диссертации**](https://право.информ2000.рф/dostup.htm)