

**Отзыв**  
**на автореферат диссертационной работы**  
**Бурун Евгении Павловны**  
**на тему: «Маркетинг в розничной торговле», представленной на соискание**  
**учёной степени кандидата экономических наук по специальности**  
**5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)**

Развитие розничной торговли в России, формирование отечественных сетей магазинов и ужесточение конкурентной борьбы усиливает у специалистов по маркетингу интерес к различным аспектам и особенностям применения маркетинговых инструментов в данной сфере. Маркетинг в розничной торговле рассматривается как комплекс стратегически и тактических действий, направленных на удовлетворение потребностей потребителей посредством формирования конкурентоспособного ценностного предложения, а также обеспечивает понимание тенденций в потребительском поведении и адаптацию маркетинговых стратегий, за счет применения новых технологий и использования их для улучшения бизнес-процессов и взаимодействия с целевыми аудиториями. Это свидетельствует об актуальности темы диссертационной работы Бурун Е.П.

Как свидетельствует автореферат, диссертация характеризуется четкостью постановки задач исследования, продуманной методологией и широтой примененных методов исследования, что позволило провести глубокие исследования и получить результаты, характеризующиеся научной новизной (с. 5). Практическое значение результатов диссертации подтверждено тремя справками о внедрении.

Положения автореферата в целом свидетельствуют о вкладе диссертанта в развитие теории и практики маркетинговой деятельности в розничной торговле. Оценивая новизну выводов и рекомендаций, изложенных в автореферате, важно отметить, что соискателем определено понятие «маркетинг в розничной торговле», которое обеспечивает осмысленность и целенаправленность действий, направленных на удовлетворение потребностей конечных потребителей и формирование конкурентоспособных предложений на рынке; разработаны концептуальные основы формирования системы маркетинга в розничной торговле, которые дополнены принципами организации деятельности предприятий розничной торговли, основанными на клиентоориентированности, обоснованности локализации торговых точек, применении инноваций и последующей адаптации предприятия к нестабильным рыночным условиям, обеспечивающих более полное удовлетворение потребностей потребителей.

Положительно следует также отметить представленную в работе модель фокус-решений в формировании бренда предприятия розничной торговли в комплексе маркетинга (стр. 15), которая отличается его адаптацией под жизненный цикл бренда с учетом влияния цифровых технологий и вариантов решений, что позволит принимать обоснованные маркетинговые решения в развитии предприятия розничной торговли.

Однако в работе имеются определенные дискуссионные положения:



1) На стр. 13 автор указывает, что «...мерчендайзинг играет важную роль в привлечении внимания потребителей». Учитывая важность данного направления для розничной торговли автору целесообразно было дать рекомендации по совершенствованию практики мерчендайзинга в деятельности розничных предприятий.


2) В представленной на рис. 1 (стр. 9) концептуальной основе формирования системы маркетинга в розничной торговле, указано, что в качестве одной из концепций, необходимых для ее формирования, является нейромаркетинг. Между тем, вопросы использования нейромаркетинговых технологий не нашли отражения в автореферате, хотя именно они позволяют прогнозировать изменения в популательском поведении и воздействуют на принятие решения о покупке конечным потребителем.

Отмеченные замечания не снижают научную и практическую ценность работы в целом и полученных результатов.

На основе ознакомления с авторефератом можно сделать вывод, что диссертация на тему «Маркетинг в розничной торговле» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Бурун Евгения Павловна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

*Я, Строкина Лариса Александровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных*

Кандидат экономических наук (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством), доцент, доцент кафедры маркетинга, торговли и таможенного дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»

 Л.А. Строкина

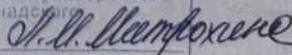
«11» июня 2024 г.

Контактные данные:

Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»  
295015, Российская Федерация, Республика Крым, г. Симферополь, п. Аграрное, ул. Научная 1А  
8 (0652) 26-31-45  
e-mail: main@ieu.cfuv.ru  
Сайт: <https://ieu.cfuv.ru/>



  
подтверждаю  
секретарь  
Крымского федерального университета  
имени В.И. Вернадского  
г. Симферополь



20 г.