

ОТЗЫВ

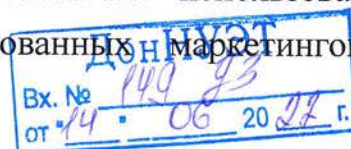
на автореферат диссертации Глебовой Ирины Зейналитдиновны на тему «Формирование маркетинговой системы взаимодействия агропредпринимательских структур», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Особенностью современного развития агропродовольственного рынка является высокая динамика структурных изменений, направленных на повышение продовольственной безопасности и наращивание имиджевого потенциала территорий для повышения инвестиционной привлекательности региона. В результате возникает необходимость в создании системы эффективного взаимодействия агропредпринимательских структур с целью стабилизации рыночного пространства, обеспечения устойчивости бизнеса, снижения рисков, возникающих на различных этапах производства, переработки и сбыта сельскохозяйственной продукции. В связи с этим вопросы формирования маркетинговой системы взаимодействия агропредпринимательских структур являются востребованными, что свидетельствует об актуальности темы рецензируемой работы.

В работе четко поставлены задачи исследования, что позволило обеспечить их реализацию через использование широкого теоретико-методологического аппарата и современных методов исследования.

Автором на защиту вынесены семь положений, имеющих научную новизну и практическую ценность для повышения эффективности маркетинговой деятельности агропредпринимательских структур. Отличаются бесспорной научной новизной разработанные автором структурно-функциональная модель маркетинговой системы взаимодействия агропредпринимательских структур; концептуальная основа формирования маркетинговой системы взаимодействия агропредпринимательских структур; методический подход к оценке результативности маркетингового взаимодействия агропредпринимательских структур; механизм маркетингового взаимодействия агропредпринимательских структур.

Практическая значимость заключается в возможности использования методических рекомендаций для принятия обоснованных маркетинговых



решений, постоянного поиска источников получения конкурентных преимуществ и повышения эффективности функционирования агропредпринимательских структур. Практический характер имеют положения, выводы и рекомендации, связанные с методикой оценки ценности взаимодействия, рекомендациями по реализации маркетинговых стратегий взаимодействия агропредпринимательских структур. Рекомендации, предложенные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в практику работы Управления по работе с сельхозпроизводителями Старобешевского района ДНР (справка № 12/8 от 31.03.2022 г.), а также деятельность предпринимательских структур г.Донецка: ООО «ОТС» (справка № 32/4 от 11.04.2022 г.); ООО «Гранд» (справка № 103-1 от 2.04.2022 г.); ООО «Энергострой» (справка № 2/5 от 25.03.2022 г.).

Основные идеи, положения и рекомендации диссертационной работы прошли апробацию на 5-ти конференции разного уровня. По результатам исследования автором опубликовано 12 научных работ, среди которых 6 статей в рецензируемых научных изданиях, что подтверждает широкое освещение полученных автором результатов в научных изданиях.

Структура работы логичная, позволяющая раскрыть тему исследования и отразить положения диссертационной работы, представленные в автореферате.

Однако по автореферату диссертационной работы имеются замечания:

- 1) На стр. 7 автореферата автор указывает, что «... агропредпринимательские структуры ввиду специфики сельскохозяйственного производства и многообразия организационных форм хозяйствования, представляют собой сложную иерархическую систему...». В тексте автореферата целесообразно было раскрыть в чем проявляется специфика функционирования агропредпринимательских структур в отличии от традиционных субъектов предпринимательской деятельности.
- 2) В предлагаемой на рисунке 6 матрице выбора стратегии маркетингового взаимодействия в качестве одного из критериев используется стадия жизненного цикла развития отношений. Между тем по тексту автореферата не раскрывается характеристика этих стадий.

Тем не менее, отмеченные замечания не снижают научной и практической ценности работы.

В целом, диссертация на тему: «Формирование маркетинговой системы взаимодействия агропредпринимательских структур» соответствует требованиям ВАК к кандидатским диссертациям, а её автор, Глебова Ирина Зейналитдиновна, 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, Беганская Ирина Юрьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.07 – Демография, экономика труда,
социальная экономика и политика, доцент,
заведующий кафедрой менеджмента
внешнеэкономической деятельности


И.Ю. Беганская

Подпись Беганской И.Ю. заверяю
Начальник отдела кадров: Т.А. Богачева



Контактные данные:

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ
УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

283015, ДНР, г. Донецк
пр. Б. Хмельницкого, 108, к. 202
e-mail: k_mvд@donampa.ru
телефон: +38(062)338-42-96, +38(071)419-37-54
сайт организации: <https://donampa.ru/>