

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)

В настоящее время функционирование отдельных субъектов потребительского рынка по реализации сельскохозяйственной продукции отличается дисбалансом интересов участников, участвующих в процессе взаимодействия, что оказывает негативное влияние на результаты производственно-хозяйственной деятельности. Важным фактором, способствующим повышению эффективности их функционирования является формирование маркетинговой системы взаимодействия агропредпринимательских структур, обусловленная единством цикла производства продовольствия, необходимостью снижения рисков, связанных с производством и сбытом сельскохозяйственной продукции. Это свидетельствует о необходимости разработки соответствующих механизмов и моделей их взаимодействия, обосновании их логики и адаптации к динамичной рыночной конъюнктуре, в связи с чем диссертационная работа Глебовой И.З. является актуальной на данный момент.

Теоретическое обоснование научного исследования лаконично подвело к определению цели работы, суть которой заключается в обосновании теоретико-методических положений и практических рекомендаций по формированию системы маркетингового взаимодействия агропредпринимательских структур. В работе решен комплекс взаимосвязанных задач, рассматривая которые, можно утверждать про достижение поставленной в диссертационной работе цели.

Содержание автореферата свидетельствует, что диссертационная работа является существенным вкладом в развитие теории и практики маркетингового взаимодействия агропредпринимательских структур.

К наиболее значимым положениям научной новизны следует отнести:

- структурно-функциональная модель маркетинговой системы взаимодействия, представляющая собой сложную иерархическую систему взаимозависимых элементов и внутрисистемных связей, обеспечивающих готовность и способность агропредпринимательских структур создавать, поддерживать и развивать отношения с субъектами взаимодействия;

- механизм маркетингового взаимодействия агропредпринимательских структур как совокупность действий внутренних (персонал агрофирмы) и внешних (сельхозпроизводители, предприятия пищевой промышленности, перерабатывающие предприятия, торгово-закупочные фирмы и др.) субъектов агрорынка, нацеленных на установление длительных, устойчивых отношений сотрудничества и партнерства в процессе производства, переработки и сбыта сельскохозяйственной продукции с помощью комплекса маркетинга взаимодействия;

- концептуальная основа формирования маркетинговой системы взаимодействия агропредпринимательских структур, которая отличается от

Вх. № 143/93
ст. 28.06.2020 г.

существующих основывается на принципах маркетинга пространственного взаимодействия, что обеспечивает установление устойчивых связей между различными субъектами предпринимательской деятельности, функционирующими на определенной территории (пространстве).

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности использования современных инструментов повышения эффективности маркетинговой деятельности агропредпринимательских структур. Ряд предложений автора внедрен в практическую деятельность Управления по работе с сельхозпроизводителями Старобешевского района и предприятиями г. Донецка.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 12 научных работах, среди которых 6 статей в рецензируемых научных изданиях, 5 работ апробационного характера.

Однако к содержанию автореферата имеются некоторые замечания.

1. При анализе потенциала условий формирования и развития агропродовольственного рынка Донецкой Народной Республики, целесообразно было бы представить данные не за один год, а за несколько лет и показать их динамику.
2. Целесообразно было представить результаты анализа комплекса маркетинга взаимодействия агропредпринимательских структур.

Однако указанные замечания не снижают теоретического и практического значения диссертационной работы.

В целом анализ автореферата позволяет сделать вывод о том, что по актуальности поставленных задач исследования, методам его проведения, обоснованности, научной и практической значимости полученных результатов, а также структуре и содержанию - диссертационная работа отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее 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, Надтока Татьяна Борисовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика, планирование, организация управления народным хозяйством и его отраслями, доцент, доцент кафедры «Экономика и маркетинг» ГОУ ВПО Донецкий национальный технический университет)

Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
ДНР, 83001 г. Донецк, ул. Артема, 96
тел.: +38(062) 301-03-78,
e-mail: ief_donntu@mail.ru



Т.Б. Надтока

ПОДПИСЬ УДОСТОВЕРЕН
Начальник отдела кадров
М.М. Салюва