

ОТЗЫВ

на диссертацию Иванченко Александра Валерьевича

*на тему «Потребительский маркетинг на рынке мяса птицы»,
представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)*

Иванченко Александр Валерьевич в 2004 году с отличием закончил Донецкий национальный университет экономики и торговли. В 2012 году защитил диссертацию на соискание ученой степени кандидата технических наук на тему «Процесс обработки жидкого куриного яйца высоким давлением с целью стабилизации его качества». В 2022 году в Центре дополнительного профессионального образования ДонНУЭТ прошел профессиональную переподготовку по программе «Экономика (Профиль: Маркетинг)». Активно занимался общественной и воспитательной работой, возглавляя студенческий центр, профсоюзный комитет студентов, отдел воспитательной работы университета. В настоящее время работает в должности доцента кафедры маркетинга и торгового дела федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

В период работы над диссертацией Иванченко А.В. проявил настойчивость, целеустремленность, умение решать сложные научно-практические задачи и проблемы, продемонстрировал высокий уровень теоретических знаний в сфере маркетинговой деятельности.

Представленная диссертационная работа на тему «Потребительский маркетинг на рынке мяса птицы» выполнена на актуальную тему, поскольку в современных условиях, характеризующихся существенными колебаниями потребительского спроса, высокой интенсивностью конкуренции, кризисными тенденциями развития потребительских рынков, обусловленными влиянием пандемии, глубокое изучение тенденций развития рынка на основе проведения маркетинговых исследований является жизненно необходимым условием эффективного функционирования предприятий. Для полноценного и эффективного развития рынка мяса птицы как составной части агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики приобретают особого значения вопросы изучения современного состояния рынка мяса птицы и формирование основных направления его

стратегического развития в контексте развития потребительского маркетинга и agile-маркетинга.

Диссертация Иванченко А.В. является самостоятельной научно-квалификационной работой, в которой изложен авторский подход к решению проблемы формирования теоретических, методологических и практических рекомендаций по развитию потребительского маркетинга на рынке мяса птицы. Важными научными результатами диссертационной работы являются концептуальный подход к развитию потребительского маркетинга на рынке мяса птицы; организационно-экономический механизм развития потребительского рынка мяса птицы, модель потребительского поведения на рынке мяса птицы на основе проведенного маркетингового анализа рынка мяса птицы, комплексный подход к формированию политики продвижения продукции на рынке мяса птицы по результатам проведенной сегментации рынка и позиционирования товара, стратегии входящего маркетинга на рынке мяса птицы, технологический компас инновационных технологий при производстве мяса птицы в контексте предложенных параметров готовности бизнес-индустрии к цифровизации на рынке мяса птицы, представлен прогноз развития рынка мяса птицы и потенциальных возможностей по производству птичьего мяса, стратегии развития рынка мяса птицы на основе принципов agile-маркетинга, ориентированных на повышение конкурентоспособности предприятий на рынке мяса птицы.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в том, что обоснованные теоретические положения доведены до уровня конкретных методических подходов, положений и рекомендаций, направленных на развитие рынка мяса птицы Донецкой Народной Республики и агропромышленного комплекса в целом.

Работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках госбюджетных тем: Г-2017-12-2 «Развитие сферы услуг в нестабильной рыночной среде», Г-2020-9 «Форсайт-исследования сферы товаров и услуг». Рекомендации, предложенные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в деятельность Департамента внутренней торговли и внешней торговой деятельности Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики (справка № 06-53/6494 от

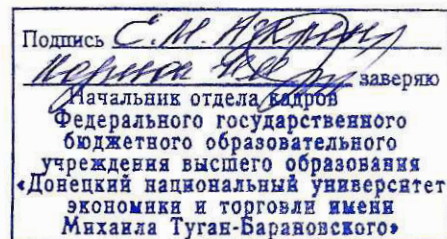
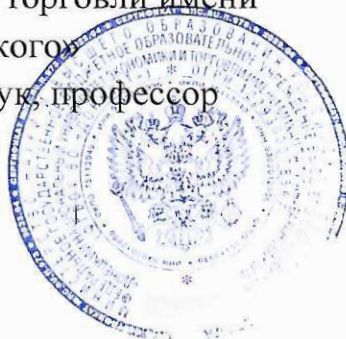
29.08.2023 г.); ООО «СТЛ» (справка № 26 от 29.08.2023 г.); ООО «Мирарт Ивент» (справка №12 от 29.08.2023 г.).

Теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Маркетинг», «Маркетинг услуг», «Агромаркетинг» (справка № 02.01/1210 от 29.08.2023 г.).

По результатам исследования опубликовано 33 научных труда, в том числе 1 авторская и 2 коллективных монографии, 19 статей в рецензируемых научных изданиях, 11 работ апробационного характера. Общий объем публикаций – 39,5 печ. л., из которых 38,55 печ. л. принадлежат лично автору (из них публикации ВАК – 6,1 печ.л., в т.ч. 5,8 авт. печ. л.).

Диссертация Иванченко Александра Валерьевича является завершенным научным исследованием, соответствует требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Научный консультант:
проректор по научной работе,
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»,
доктор экономических наук, профессор



Е.М. Азарян

Е.М. Азарян