

В диссертационный совет 24.2.490.01
при ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
283001, г. Донецк, пр-т Театральный, 28

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации 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)

Актуализация проблем и перспектив развития агробизнеса и
птицеводства, продвижения товаров на рынке мяса птицы делает данное
диссертационное исследование своевременным и востребованным.

Автором подробно изучены теоретико-методологические основы
развития потребительского маркетинга на рынке мяса птицы: определен
концептуальный подход к развитию потребительского маркетинга на рынке
мяса птиц, предполагающий определение механизмов совершенствования
потребительского маркетинга, ключевых характеристик современного
развития, объекта, предмета, принципов, императив, методологии,
инструментария и категорий; представлен организационно-экономический
механизм развития рынка мяса птицы, практическая ценность которого
способствует быстрой адаптации предприятий и организаций регионального
АПК к новым экономическим условиям, развитию хозяйственной
самостоятельности, повышению их конкурентоспособности и эффективности;
проведены маркетинговые исследования рынка мяса птицы, что позволило
сделать выводы о современном состоянии развития рынка мяса птицы и
сформулировать предпосылки для дальнейшего его развития; предложены
основные стратегические направления совершенствования управления
продвижением товаров на рынке мяса птицы в контексте развития agile-
маркетинга.

Заслуживает внимания разработанная диссертантом модель потребительского поведения при покупке мяса птицы, которая в отличие от существующих, основана на сочетании комплекса мотивов приобретения продукции (рациональных и эмоциональных), что бесспорно обеспечит высокую степень вовлеченности покупателя в процесс покупки. Эта модель отображает инновационный подход, который позволяет учитывать весь перечень факторов, оказывающих влияние на принятие решения потребителями относительно приобретения мяса птицы.

Представленный автореферат показывает, что полученные автором научные результаты обладают новизной, апробированы и достаточно полно отражены в научных публикациях диссертанта. Научные положения, выводы и результаты, приведенные в диссертации, являются обоснованными и не противоречат существующим представлениям. При этом практическая целесообразность применения результатов работы сочетается с достаточной теоретической проработкой. Достоверность полученных результатов обеспечивается использованием современных методов исследования.

Наряду с полученными научными результатами, хотелось бы обратить внимание автора на некоторые дискуссионные положения и замечания:

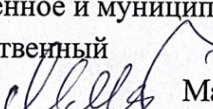
– на стр. 9 автореферата автор констатирует, что «важным условием достижения высокой результативности функционирования предприятий на рынке мяса птицы является использование результатов анализа потребительского спроса для разработки маркетинговой стратегии предприятий...». Тезис безусловно верный и ценный, однако на наш взгляд, требует аргументирования на основе каких методов будут получены результаты анализа;

– на стр. 14 автореферата (рис. 4) представлена модель потребительского поведения при покупке мяса птицы, при этом было бы целесообразно дополнить данную модель потоками входящей и исходящей информации, которая оказывает влияние на формирование потребительского поведения при покупке мяса птицы.

Указанные замечания не снижают общих достоинств, научной, практической ценности и не влияют на общую положительную оценку работы.

В целом, как следует из содержания автореферата, диссертационная работа Иванченко Александра Валерьевича на тему: «Потребительский маркетинг на рынке мяса птицы» соответствует критериям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 (в действующей редакции), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Исраилов Магамед Вахаевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (АПК и сельское хозяйство), доцент,
профессор кафедры «Государственное и муниципальное управление»
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный
университет им. А.А. Кадырова»  Магамед Вахаевич Исраилов

10.06.2024 г.

Почтовый адрес: 364024, г. Грозный, ул. А. Шерипова, 32

Тел.: +7 (8712) 29-48-32; +7 (928) 000-50-58

E-mail: mail@chesu.ru; m.israilov@chesu.ru

Сайт организации: <https://www.chesu.ru>



Ичную подпись Исраилова
Магамеда Вахаевича
(автор) Начальник отдела кадров персонала
И.П. Магалиева
(подпись) (РАСШИФРОВКА)