

## 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)

Потребительский маркетинг на рынке мяса птицы играет ключевую роль в привлечении и удержании клиентов. В современном мире потребитель все более требователен к качеству продукции, услугам и ценам, привлечение внимания и формирование лояльности клиентов формируется через постоянное совершенствование маркетинговых стратегий. Особую важность в последние годы приобретают условия покупки продукции, разнообразные ассортиментные позиции, возможность доставки продукции на дом, удобные онлайн-приложения для смартфонов, разработка рекламных компаний и акций для постоянных клиентов, – все вышеперечисленное позволяет судить об актуальности темы диссертационной работы.

Содержание автореферата позволяет сделать вывод, что представленные теоретические положения и методические разработки автора, являются обоснованными и достоверными. Полученные научные результаты связаны с установленными в работе задачами.

Основные результаты исследования, составляющие его научную новизну, полученные лично автором. Положения, которые отражают научную новизну:

организационно-экономический механизм развития рынка мяса птицы, который представляет собой комплекс взаимосогласованных и взаимосвязанных организационных форм, экономических рычагов и маркетинговых инструментов;

модель потребительского поведения при покупке мяса птицы, которая основана на сочетании рациональных (качество и привлекательность товара, цена, удобство приобретения, бренд производителя мясной продукции) и эмоциональных (ощущения, удовольствие от покупки, интерес, желание) мотивов приобретения продукции;

стратегии входящего маркетинга для продвижения продукции на рынке мяса птицы;

научно-методический подход к прогнозированию развития рынка мяса птицы и потенциальных возможностей по производству птичьего мяса, который основан на использовании методов усреднения расчетных данных по среднеарифметическому, среднегеометрическому и среднегармоническому типам усреднения и др.

Особого внимания и одобрения заслуживает разработанный автором концептуальный подход к развитию потребительского маркетинга на рынке птицы (стр. 10 автореферата).

Структура и содержание работы определяется сформулированной целью и соответствует логике и последовательности решения определенных автором задач исследования. Диссертация состоит из введения, пяти разделов, заключения,

списка использованной литературы, содержащего 354 наименования, и 11 приложений

Достоверность работы также подтверждается апробацией ее основных положений на 11 научных конференциях. О чем свидетельствует широкая география конференций: г. Донецк, г. Москва, г. Ереван, г. Краснодар, г. Уфа, г. Волгоград, г. Петрозаводск, г. Пенза, г. Петрозаводск.

Наряду с полученными весомыми научными результатами, следует выделить следующие замечания:

1. Рис. 10 стр. 26 автореферата автор предлагает «алгоритм процесса разработки agile-маркетинга, который визуализирует гайд применения инструментов маркетинга на принципах agile-процесса...». Однако методология Agile базируется на 12 принципах, а автор в своей разработке использует только шесть. Чем обосновано данное видение?

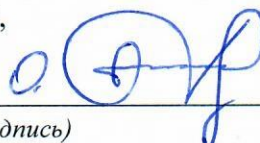
2. На стр. 27 автореферата представлена «Стратегия развития рынка мяса птицы на основе принципов agile-маркетинга», видится целесообразным дополнить представленную схему блоком по созданию цифрового двойника организации.

Однако, представленные замечания в большей степени несут рекомендательный характер и не влияют на общую положительную оценку диссертационной работы Иванченко А.В. Полученные результаты являются достоверными, важными и содержат элементы научной новизны.

Вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что работа отвечает всем требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор Иванченко Александр Валерьевич заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Пескова Ольга Сергеевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук  
08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»9. Маркетинг, доцент, профессор кафедры «Менеджмент и финансы производственных систем», ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»

  
(подпись)

Пескова  
Ольга Сергеевна

Примечание

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», 400005, Волгоград, пр. им. В.И. Ленина 28, (8442)23-00-76, o\_peskova@vstu.ru

