

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Иванченко Александра Валерьевича «Потребительский маркетинг на рынке мяса птицы», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Продовольственный рынок занимает особое место среди приоритетов социально-ориентированного развития общества, т.к. непосредственно связан с обеспечением продовольственной безопасности и жизнедеятельности людей. В современных условиях рыночных трансформаций требует переосмысления роль потребительского маркетинга в функционировании продовольственного рынка, активизации процессов по формированию стратегии его развития, что связано с использованием новых технологических решений и необходимостью повышения конкурентоспособности предприятий. Это свидетельствует об актуальности и своевременности темы диссертационной работы Иванченко А.В.

Как свидетельствует автореферат, диссертация Иванченко А.В. является самостоятельно выполненной научной работой. Полученные результаты составляют целостное завершённое исследование, которое решает важную проблему по обоснованию теоретических, методологических и практических положений развития потребительского маркетинга на рынке мяса птицы.

Изучение автореферата диссертационной работы, публикаций по теме диссертации позволяет сделать вывод, что большая часть научных результатов, выводов и рекомендаций автора обоснованы, логичны и достоверны. Основные результаты диссертационной работы аргументированы использованием трудов ведущих отечественных и зарубежных ученых, статистических данных, результатами маркетинговых исследований.

Наиболее весомыми научными результатами диссертационной работы являются следующие:

- концептуальный подход к развитию потребительского маркетинга на рынке мяса птицы, основанный на совокупности информационно-аналитического, управленческого, инструментального, инновационного механизмов;
- модель потребительского поведения при покупке мяса птицы, которая основана на сочетании рациональных и эмоциональных мотивов приобретения продукции;

– комплексный подход к формированию политики продвижения товаров на основе «колеса точек соприкосновения» потребителя с продавцами на рынке мяса птицы;

– стратегии входящего маркетинга для продвижения продукции на рынке мяса птицы, которые дополнены систематизированными данными о популярных каналах продвижения;

– научно-методический подход к прогнозированию развития рынка мяса птицы и потенциальных возможностей по производству птичьего мяса, основанный на использовании методов усреднения расчетных данных по среднеарифметическому, среднегеометрическому и среднегармоническому типам усреднения;

– стратегия развития рынка мяса птицы на основе принципов agile-маркетинга с определением значимых agile-практик в манифесте гибкой разработки ПО (Agile Manifesto).

Основные научные результаты исследования опубликованы в рецензируемых изданиях и полностью отражают основные положения диссертации. По результатам исследования опубликовано 33 научных труда, в том числе 1 авторская и 2 коллективные монографии, 19 статей в рецензируемых научных изданиях, 11 работ апробационного характера.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены в практику деятельности Департамента внутренней торговли и внешней торговой деятельности Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, ООО «СТЛ», ООО «Мирарт Ивент», что подтверждено соответствующими справками о внедрении.

Однако, судя по автореферату, наряду с указанными достоинствами, ряд положений диссертации нуждается в дальнейшем обосновании:

- 1) следовало уточнить авторскую позицию относительно понятия «клиентоориентированная маркетинговая политика» (стр. 8), положенного в основу потребительского маркетинга на рынке мяса птицы;
- 2) недостаточно полно в автореферате раскрыты направления реализации политики импортозамещения на рынке мяса птицы в современных условиях (стр. 21);
- 3) представленную на рис. 12 (стр. 29) стратегию повышения конкурентоспособности предприятий на рынке мяса птицы целесообразно

дополнить комплексом тактических мероприятий по реализации данной стратегии, оформленной в виде программы повышения конкурентоспособности предприятий.

Однако отмеченные замечания существенно не влияют на достаточный научный уровень диссертации Иванченко А.В., не снижают общую позитивную оценку, а также теоретическую и практическую значимость проведенного исследования.

В целом автореферат свидетельствует, что диссертационная работа выполнена на достаточном научно-методологическом и практическом уровне с соблюдением всех требований, а ее автор – Иванченко Александр Валерьевич заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Гюржунakov Евгений Анатольевич,
согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Д.э.н. по специальности 08.00.05
«Экономика и управление народным хозяйством»
профессор, профессор кафедры
Медиакоммуникаций и рекламы СПбУТУиЭ

Гюржунakov Е.А.
(подпись)

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»

190020, г. Санкт-Петербург,
Лермонтовский пр., д. 44, литер. А
Телефон: (812) 575-03-00
E-mail: rector@spbume.ru

07.06.2024 г.

Подпись Гюржунakov Е.А. заверено
Директор департамента
Алиева Ю.В.

