

ОТЗЫВ

научного руководителя на диссертационную работу
Кощавки Ирины Владимировны на тему: «Стратегии маркетинга
замороженных продуктов в ритейле», представленную на соискание ученой
степени кандидата экономических наук по специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Кощавка Ирина Владимировна в 2000 году закончила Донбасскую государственную академию строительства и архитектуры по специальности «Промышленное и гражданское строительство». В 2019 году прошла профессиональную переподготовку в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по программе «Гостиничное дело (Профиль: Гостиничное дело)» и получила квалификацию менеджера (управляющего) по административной деятельности.

В 2019 г. прикреплена соискателем в аспирантуру ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» для подготовки диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук без освоения программ подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре и сдачи кандидатских экзаменов по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)», которую окончила в 2022 году.

В ходе подготовки диссертации Кощавка И.В. проявила себя как высококвалифицированный специалист, целеустремленный, самостоятельный, ответственный и творческий исследователь, владеющий современными методами научного познания и экономико-математического моделирования. При выполнении диссертационной работы автором проведена серьезная аналитическая работа по исследуемому вопросу, четко определены и сформулированы цели и задачи исследования, продемонстрирована способность выбора методов исследования и инструментария для решения поставленных задач, проанализированы полученные результаты, результаты собственных исследований интегрированы с имеющимися научными данными.

Диссертация Кощавки Ирины Владимировны посвящена рассмотрению вопросов теоретического и прикладного характера, связанных с исследованием формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле, что позволило разработать концептуальный подход к решению поставленной задачи.

Автором исследованы исторические аспекты и теоретический базис развития заморозки продуктов, особенности ритейла и маркетинга; рассмотрена маркетинговая среда и основы управления товарным портфелем предприятия на рынке замороженных продуктов в ритейле; разработан концептуальный подход к формированию стратегий маркетинга замороженных продуктов в предприятиях ритейла; проведен мониторинг и изучен мировой и отечественный опыт развития рынков замороженных продуктов; исследован инструментарий маркетинга торговой сети для формирования ассортимента

замороженных продуктов и работы с их поставщиками; исследованы предпочтения потребителей замороженных продуктов в предприятиях ритейла; представлена организационная модель формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов на предприятии ритейла; разработаны рекомендации по совершенствованию стратегий маркетинга замороженных продуктов в торговой сети.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в части пунктов 10.2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности; 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.9. Поведение потребителей как фактор определения маркетинговых стратегий.

По итогам проведенного исследования Кощавкой И.В. получены следующие научные результаты:

на основе изучения исторических аспектов и теоретического базиса развития заморозки продуктов, особенностей ритейла и маркетинга, дополнены и развиты теоретические положения формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле, в частности уточнены понятия «маркетинг замороженных продуктов в ритейле», «категорийный маркетинг», «ассортиментная матрица категории», «концентрация компетенций»; предложена классификация категории «замороженные продукты» для формирования и маркетингового управления товарным портфелем сетевого ритейлера в части дополнения ее новыми критериями и признаками;

разработан концептуальный подход к формированию стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле, отличающийся основополагающими предпосылками в части дополнения традиционной теории маркетинга системной и институциональной базой, принципами взаимосвязи ритейлера, поставщиков замороженных продуктов и потребителя через применение категорийного маркетинга, включением в механизм достижения цели информационной составляющей по совместному управлению категорией;

обоснован современный инструментарий маркетинга торговых сетей для формирования ассортимента замороженных продуктов и работы с их поставщиками, предложен научно-методический подход к анализу ассортимента замороженных продуктов, реализуемых торговой сетью, который отличается сочетанием результатов ABC-анализа объема продаж товарных категорий, FMR-анализа оборачиваемости товарных категорий и HAL-анализа уровня цен товарных категорий;

предложена организационная модель формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле, отличающаяся поэтапным подходом к формированию общей стратегии ритейлера на основе маркетинговой стратегии категории, как общего с поставщиками (производителями, дистрибьюторами) бизнес-процесса;

сформирован механизм реализации маркетинга категорий, представляющий собой последовательное осуществление следующих этапов: определение содержания категории; разработка стратегии категории в виде

категорийно-маркетинговой стратограммы; разработка категорийно-маркетинговой тактики; мониторинг результативности категории, что позволит обеспечить предложение покупателю привлекательного ассортимента замороженных продуктов в соответствии с его потребностями и предпочтениями.

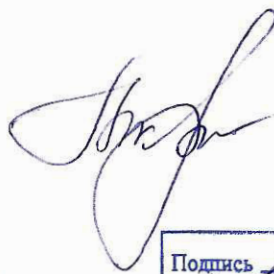
Практическая значимость работы подтверждается тем, что отдельные рекомендации и предложения диссертационной работы внедрены в деятельность следующих предприятий: ООО «ФАВОРИТ-ГРУПП» (справка о внедрении № 7 от 24.01.2024г.); ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ГОРНЯК» (справка о внедрении № 28/01 от 15.01.2024 г.); ООО «ТД СТИМУЛ ТРЕЙД» (справка о внедрении № 02.1/4 от 25.01.2024 г.). Основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при изучении дисциплин «Маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Маркетинг в сервисе» (справка о внедрении № № 25/411 от 05.03.2024 г.).

По результатам исследования опубликовано 12 научных работ, среди которых: 5 статей в рецензируемых научных изданиях, 7 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций автора составляет 4,27 печ.л., из которых лично автору принадлежит 3,12 печ.л.

Таким образом, теоретические положения и практические рекомендации, разработанные в диссертационной работе И.В. Кошавки представляют собой результат завершенного научного исследования. Диссертационная работа на тему: «Стратегии маркетинга замороженных продуктов в ритейле» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Научный руководитель:

доктор экономических наук, доцент
проректор по учебно-методической работе
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»



Л.В. Крылова

