

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Кошавки Ирины Владимировны

на тему «Стратегии маркетинга замороженных продуктов в ритейле»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Популярность замороженных продуктов питания в повседневном рационе людей неуклонно растет. Особенно в период пандемии и самоизоляции такие продукты питания стали фаворитом и неотъемлемой частью рациона. Результаты исследований свидетельствуют о том, что потребители покупают больше замороженных продуктов по следующим причинам: длительного срока их годности, желания иметь запасы продовольствия, а также нехваткой времени на приобретение продуктов.

По показателям реализации замороженных продуктов, они являются перспективными с точки зрения их вклада в общий объем прибыли магазинов и в формировании их имиджа. Однако, при производстве и реализации замороженных полуфабрикатов производители и продавцы сталкиваются с рядом проблем, затрудняющих торговлю этим видом товара и снижающих темпы роста продаж. Данную проблему может решить организованный маркетинг. Применение современных стратегий маркетинга в сфере торговли и ритейла, ориентированных на потребителя, открывает новые возможности для разработки и внедрения более совершенных маркетинговых инструментов.

В связи с этим, для развития маркетинга в области замороженных продуктов необходима разработка новых научных подходов и соответствующих механизмов их реализации, что послужило основой при выборе темы диссертационного исследования и подтверждает её актуальность.

В представленном автореферате диссертации определены предмет и объект исследования, сформулированы цели и задачи, научная новизна работы и практическая значимость, а также представлена апробация результатов исследований.

К основным достоинствам диссертационной работы можно отнести: разработанные автором концептуальный подход к формированию стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле; организационную модель формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле; составленную скоринг-карту привлекательности замороженных продуктов, а

также предложенный научно-методический подход к анализу ассортимента замороженной продукции.

Очевиден личный вклад автора в проведении исследований выбранного направления научного поиска, что отражено в многочисленных публикациях и обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях, в том числе международных.

Изложенные в работе автором научные разработки, выводы и предложения являются достаточно обоснованными, логическими и достоверными, поскольку базируются на результатах выполненных исследований.

В качестве замечаний можно отметить, что в автореферат следовало включить пояснения относительно основных каналов реализации замороженных продуктов при описании исследования объема и динамики потребления их потребления на мировом рынке.

Отмеченные недостатки не снижают значимости выполненной соискателем работы, ее теоретического и научного уровня.

В целом, автореферат достаточно полно отражает проведенный объем исследований, которые носят законченный характер. На основании вышеизложенного можно делать вывод, что диссертационная работа соответствует требованиям ВАК, а ее автор, Коцавка Ирина Владимировна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Логутова Тамара Григорьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Развитие продуктивных сил и
региональная экономика,
профессор, заслуженный деятель науки и техники,
заведующий кафедрой менеджмента
ФГБОУ ВО «МГУ имени А. И. Куинджи»

 Т. Г. Логутова

Подпись Логутовой Т.Г. заверяю
Начальник управления кадров: И. А. Нечасва

07.05.2024г.



Контактные данные:

287542, ДНР, г. Мариуполь

пр-т. Строителей, д. 129 а, (учебный корпус № 2)