

Отзыв на автореферат кандидатской 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)

В современной экономике на региональном и глобальном уровнях постоянно сталкиваются с одной серьезной проблемой – доступность и качество еды. Решение этой проблемы требует комплексного подхода, зависящего от ряда факторов, и в основном – от эффективных методов переработки и хранения продукции, в частности – замораживания, позволяя внедрять инновации и сглаживать диспропорции в логистических цепочках и системах продаж. Раскрывая значимость маркетинговых инструментов в развитии деловых связей в сфере розничной торговли, необходимо отметить, что их влияние нельзя недооценивать. В условиях неопределенности и структурных сдвигов на рынке, стратегии использования и формирования маркетинговых методов вызывают значительный научно-практический интерес.

Сегодня проблематика маркетингового стратегирования на рынке замороженных продуктов в розничной торговле является новой и малоисследованной, поэтому требует активных теоретических исследований и практической реализации. Применение маркетинговых стратегий в сегменте замороженных продуктов должно обеспечивать согласование спроса и предложения, выявление и прогнозирование тенденций развития бизнеса, устранение дисбалансов в логистических цепочках и системах сбыта. И все это крайне важно в контексте усиления конкуренции, увеличения предложений на рынке, повышения уровня качества и удовлетворенности потребителей.

В качестве объекта исследования диссертантом выбран процесс формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле, что, несомненно, является научно-обоснованным и актуальным.

Содержание автореферата позволяет сделать вывод, что представленные теоретические положения и методические разработки являются завершенной научно-исследовательской работой, в которой определены методологические основы формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле. Несомненны научная и практическая значимость исследования, так как ритейл замороженных продуктов в новых условиях требует адаптированных маркетинговых стратегий.

На наш взгляд, наиболее значимыми являются следующие положения диссертационной работы:

1. Концептуальный подход к формированию стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле.
2. Организационная модель формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле.
3. Скоринг-карта замороженных продуктов, строящаяся в разрезе поставщика и характеристик товарных категорий.

4. Научно-методический подход к анализу ассортимента замороженных продуктов торговой сети на основе результатов ABC-анализа, FMR-анализа оборачиваемости товарных категорий и HAL-анализа уровня цен товарных категорий.

5. Механизм реализации маркетинга категорий: определение категории; разработка стратегии категории в виде категорийно-маркетинговой стратограммы; разработка категорийно-маркетинговой тактики; мониторинг результативности категории.

Научные положения и разработки, изложенные Кошавкой И.В. в автореферате, свидетельствуют о глубине научного исследования и его объективности. В целом они должны способствовать развитию рынка замороженных продуктов на основе системного подхода с применением маркетингового инструментария.

Вместе с тем, не снижая научной значимости данного исследования, следует отметить некоторые замечания и пожелания автору:

– на стр. 8 автореферата указывается, что автором определены «...факторы, влияющие на развитие рынка замороженных продуктов», которые целесообразно было отразить в тексте автореферата;

– на стр. 16 (рис.6) представлена организационная модель формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле, где можно было бы учесть в элементах клиентоориентированности фактор цены.

Ознакомление с авторефератом дает возможность сделать вывод, что научная работа выполнена на высоком теоретическом уровне, а полученные результаты характеризуются актуальной научной новизной и имеют высокую социально-экономическую значимость для регионального развития.

В целом, автореферат диссертационного исследования Кошавки Ирины В. представляет собой работу, соответствующую требованиям, предъявляемым кандидатским диссертациям, а диссертант заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Савельева Ольга Александровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление предприятиями
(по видам экономической деятельности),
доцент кафедры экономической теории и государственного управления
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный технический университет»

О.А. Савельева

02.05.2024 г.

Подпись Савельевой О.А.

/ Начальник отдела кадров: К.М. Садлова

Контактные данные:
283001, ДНР, г. Донецк
ул. Артема, 58 (учебный корпус № 1)

