

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации

«Стратегии маркетинга замороженных продуктов в ритейле»

КОЩАВКИ ИРИНЫ ВЛАДИМИРОВНЫ

представленной на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Грамотная работа с категориями в условиях обострения конкурентной борьбы становится одним из немногих инструментов повышения эффективности торгового предприятия. Однако некоторые товарные категории являются недооцененными: многие ритейлеры работают с ними неправильно, из-за чего их потенциал остается нераскрытым. К числу таких категорий относятся готовые замороженные блюда и полуфабрикаты. Современные стратегии маркетинга в торговле и ритейле должны быть интегрированными и нацеленными на покупателя, что предопределяет новые возможности в части разработки и внедрения более совершенных маркетинговых инструментов. Грамотный подход к развитию товарной категории замороженных блюд и полуфабрикатов может существенно изменить их вклад в товарооборот магазина, привлечь новых лояльных клиентов и, как следствие, стать эффективным инструментом в конкурентной борьбе за покупателя.

По этим причинам представленное И.В. Кощавкой диссертационное исследование приобретает высокую степень актуальности и своевременности.

При подготовке исследования, поставленные его автором задачи, предопределили структуру диссертации:

- первая глава посвящена исследованию исторических аспектов и теоретических базисов развития заморозки продуктов, особенностям ритейла и маркетинга; рассмотрению маркетинговой среды и основам управления товарным портфелем предприятия на рынке замороженных продуктов в ритейле; разработке концептуального подхода к формированию стратегий маркетинга замороженных продуктов в предприятиях ритейла;

- во второй главе диссертации автором 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;

- в третьем разделе представлена организационная модель формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов на предприятии ритейла; разработаны рекомендации по совершенствованию стратегий маркетинга замороженных продуктов в торговой сети.

Заслуживает внимание предложение автора в разработке категорийно-маркетинговой стратограммы: «Замороженные продукты» в предприятии ритейла, которая включает пять направлений (увеличение потока клиентов; увеличение трансакций; защита доли; создание приятной атмосферы; улучшение имиджа) и перечень необходимых для этого действий. Автором установлено, что

тактика категории – определение оптимального ассортимента, цены, представленности на полке или торговой площади, промоподдержки и частоты поставок товара, для достижения определенной роли для категории и конкретными целями. Выявлено, что основополагающими компонентами тактик категории являются – ассортимент; цена; мерчандайзинг и место на полке; промоподдержка. В соответствии с этим предложена категорийно-маркетинговая тактика: «Замороженные продукты» в предприятии ритейла.

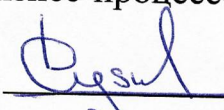
Однако вместе с тем, по работе (исходя из рассмотрения автореферата) имеются замечания. В частности, автор, при разработке научного подхода к определению категории «замороженные продукты» для предприятия ритейла в подсегментах рассматривает только рубленные мясные полуфабрикаты. Следовало бы еще включить и такой подсегмент как «натуральные мясные полуфабрикаты».

Указанные замечания не влияют на общую положительную оценку высокого научного уровня диссертационной работы. Это исследование имеет большое теоретическое, научно-методическое и практическое значение для формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле.

В целом, можно констатировать, что автореферат диссертации И.В. Кошавки содержателен, логично выстроен, четко отражает замысел автора, основные идеи и наиболее важные научные результаты исследования, соответствует требованиям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Я, Сулов Сергей Александрович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами – АПК и сельское хозяйство)
профессор кафедры «Экономика и автоматизация бизнес-процессов»
ГБОУ ВО «Нижегородский государственный
инженерно-экономический университет»

 С. А. Сулов

«25» 04 2024 г.

Контактные данные:

606340, Россия, Нижегородская область, г. Княгинино,
ул. Октябрьская, дом 22.
Тел. 8316641550



Подпись 
Зам. начальника КПУ 