

ОТЗЫВ НА АВТОРЕФЕРАТ

диссертационной работы Кощавки 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 XXI веке – веке риска и знаний, характеризующемся ускорением темпа жизни человека в современном обществе, все большей популярностью пользуется продукция быстрого приготовления, и, в частности, замороженные полуфабрикаты. Рынок такой продукции считается одним из самых молодых и перспективным для дальнейшего развития. Предполагается, что на развитие рынка окажет влияние средний класс потребителей, жители крупных городов, чей платежеспособный спрос в скором времени полностью восстановится после пандемии. Важные глобальные тенденции, такие как здоровое питание, интернет-шопинг и быстрый ритм жизни в городах, имеют непосредственное влияние на развитие категории "замороженные продукты".

В настоящем автореферате кратко, но, вместе с тем, весьма ёмко излагается содержание диссертации, которая посвящена развитию теоретических, концептуальных, методических и прикладных рекомендаций, направленных на формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле.

Автором использованы разнообразные инструменты анализа ассортимента замороженных продуктов в торговых сетях, проведен аналитический мониторинг отдельных групп замороженных продуктов, определены факторы, влияющие на решение о покупке продукта. Результатом исследований стала разработка организационной модели формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов в ритейле, которая отличается поэтапным подходом к формированию общей стратегии ритейлера на основе маркетинговой стратегии категории, как общего с поставщиками (производителями, дистрибьюторами) бизнес-процесса, позволяющего оптимальным способом наиболее полно удовлетворять соответствующие потребности покупателей, используя клиенториентированность.

В диссертационном исследовании автором предложен механизм реализации маркетинга категорий, представляющий собой последовательное осуществление следующих этапов: определение категории; разработка стратегии категории в виде категорийно-маркетинговой стратегемы; разработка категорийно-маркетинговой тактики; мониторинг результативности категории, что позволит обеспечить предложение покупателю привлекательного ассортимента замороженных продуктов в соответствии с его потребностями и предпочтениями.

Всего по теме диссертации автор опубликовал 12 научных работ, из них в рецензируемых научных изданиях – 5 статей, а также 7 работ апробационного характера.

Разработкам диссертанта, которые приведены в автореферате, свойственна практическая ценность, о чем свидетельствует факт использования предложений и рекомендаций в работе предприятий, подтвержденный справками внедрения.

Проведенное Кощавкой И.В. исследование не лишено отдельных недостатков, среди которых следует отметить следующие:

- 1) автору целесообразно было в тексте автореферата отразить специфические особенности маркетинга на рынке замороженных продуктов;
- 2) в предложенном автором концептуальном подходе к формированию стратегий маркетинга замороженных продуктов в предприятиях ритейла стр. 10 (рис. 1), следовало бы подробнее описать взаимосвязи между отдельными элементами предложенного механизма;
- 3) из текста автореферата (стр.14) не понятно, как и по какому принципу получены результаты исследования предпочтений потребителей замороженных продуктов.

Тем не менее, указанные замечания не влияют на общее положительное впечатление от диссертации и не снижают его. Дискуссионный характер этих вопросов может служить основанием для проведения дальнейших научных исследований.

Судя по автореферату, у данного диссертационного исследования присутствуют все необходимые признаки актуальности, достоверности, научной новизны, теоретической и практической значимости полученных лично соискателем научных результатов. Диссертационная работа на тему «Стратегии маркетинга замороженных продуктов в ритейле» является

самостоятельным, законченным исследованием, которое отвечает нормативным требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор Кощавка И.В. заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Вишнякова Светлана Петровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика природопользования),
проректор по инновационному развитию
АНО ВО «Международный эколого-политологический университет»

Подпись Вишняковой С.П. заверяю

Специалист по работе с персоналом – д.э.н. Маслок



С.П.Вишнякова
16.05.2024г

Контактные данные:

119991, г. Москва,
Ленинский проспект 32а, зона «Б1»,
2-й подъезд, ком. 208