

## ОТЗЫВ

на диссертационную работу Кощавки Ирины Владимировны на тему: «Стратегии маркетинга замороженных продуктов в ритейле», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности: в т. ч. 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 (управляющий) по административной деятельности.

С 2019г. является соискателем ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, по которой и выполнена диссертационная работа.

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.

Результаты работы имеют научную новизну и практическую ценность.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) в части п. 9.1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга; п. 9.12. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге; 9.18. Развитие дистрибьюторских и дилерских сетей реализации продукции, оптовые и розничные сети, сетевой маркетинг.

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

разработан концептуальный подход к формированию стратегий маркетинга замороженных продуктов в предприятиях ритейла на основе исследования подходов к маркетингу при формировании стратегий предприятиями торговли, товарных операций в ритейле;

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, на основе которого проведен анализ торгового ассортимента замороженных продуктов, реализуемых в торговой сети «Первый Республиканский Супермаркет»;

разработана организационная модель формирования стратегий маркетинга замороженных продуктов на предприятии торговли на основе изучения и структурирования торгового предприятия в разрезе элементов: стратегический центр; центр потребления; операционный центр; промежуточные звенья; техноструктура; поддерживающая структура, между которыми возникают взаимоотношения, как совокупность устойчивых связей;

сформулированы рекомендации по совершенствованию стратегий маркетинга замороженных продуктов в торговой сети, основывающиеся на исследовании основных видов скидок, предоставляемых ритейлеру от поставщиков (производителей / дистрибьюторов);

определены этапы механизма внедрения маркетинга категорий, включающие: определение категории; формирование стратегии категории; определение тактики категории; разработку плана категории и осуществление мониторинга результативности категории;

предложен научный подход к определению категории «замороженные продукты» в предприятии ритейла; возможные роли категорий; стратегии категорий и их характеристика;



разработана категорийно-маркетинговая стратегия: «Замороженные продукты» в предприятии ритейла. Предложена категорийно-маркетинговая тактика: «Замороженные продукты» в предприятии ритейла.

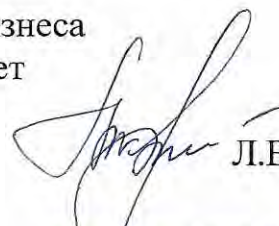
По результатам исследования опубликовано 10 научных работ, среди которых: 4 статьи в рецензируемых научных изданиях, 6 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций автора составляет 3,46 печ.л., из которых лично автору принадлежит 2,17 печ.л.

Таким образом, теоретические положения и практические рекомендации, разработанные в диссертационной работе И.В. Коцавки представляют собой результат завершеного 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 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч.: маркетинг).

Научный руководитель:

доктор экономических наук, доцент,  
декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса  
ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского»



  
Л.В.Крылова

Подпись <i>Л.В. Крыловой</i>
<i>Сергей П. Тавришеский</i> заверяю
Начальник отдела кадров
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»