

## ОТЗЫВ

научного консультанта на диссертационную работу

Ольмезовой Надежды Александровны на тему: «Маркетинг на рынке детских товаров», представленную на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

Ольмезова Надежда Александровна в 2012 году с отличием закончила Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности «Товароведение и экспертиза в таможенном деле» и получила квалификацию магистра по товароведению и экспертизе в таможенном деле, товароведа эксперта. В 2016 году закончила аспирантуру по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством. В 2018 году успешно защитила диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук по теме «Управление позиционированием портфеля брендов».

За время работы над диссертацией Ольмезова Н.А. проявила себя как целеустремлённый, грамотный, творческий и ответственный исследователь, показала умение решать сложные научно-практические задачи и проблемы, продемонстрировала высокий уровень теоретических знаний в сфере маркетинга, а также аргументированное применение соответствующих общефилософских и специальных методов научного исследования, что в целом позволило разработать ряд методологических положений и предложить практические рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности на рынке детских товаров.

При выполнении диссертационной работы автором четко определены и сформулированы цели и задачи исследования, проанализированы полученные результаты, проведена серьезная аналитическая работа по исследуемому вопросу, продемонстрирована способность выбора адекватных для решения поставленных задач, методов исследования и интеграции результатов собственных исследований с имеющимися научными данными.

Диссертация Ольмезовой Н.А. является самостоятельной научной работой, в которой изложен авторский подход к решению комплексное решение проблемы формирования теоретических и научно-методологических основ развития маркетинга на рынке детских товаров. В работе получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат проблемы исследования в части уточнения понятий: «маркетинг на рынке детских товаров», «апгрейд цифровых технологий»; определен базис и принципы маркетинговой политики предприятий на рынке детских товаров, представлена концепция маркетинга на рынке детских товаров; усовершенствован аналитический подход к сегментации рынка детских товаров и разработана матрица факторов потребительского выбора детских товаров; предложена концептуальная модель виртуального маркетинга на рынке детских товаров; усовершенствован структурно-компонентный подход к повышению лояльности покупателей детских товаров; получил дальнейшее развитие инструментарий нейромаркетинга на рынке детских товаров и другие научные результаты.

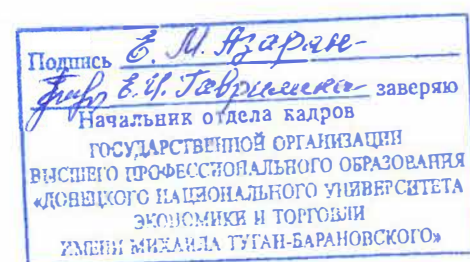
Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Основные предложения и рекомендации использованы в деятельности таких предприятий, как: 000 Научно-технический центр «Базис» (справка о внедрении № 38/146 от 30.06.2022 г.); 000 «Четыре сезона» (справка о внедрении № 0032 от 02.06.2022 г.). Отдельные теоретико-методические положения используются в учебном процессе ГО ВПО «ДОННУЭТ» (справка о внедрении № 02.01/1382 от 02.09.22 г.).

Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что предложенные научные идеи, научно-методические подходы и выводы могут быть использованы для решения актуальных проблем совершенствования маркетинговой деятельности на рынке детских товаров, что позволит повысить эффективность применения маркетингового инструментария, оптимизировать процессы предприятия в области управления поведением потенциальных покупателей на рынке детских товаров.

По результатам исследования опубликовано 32 научных работы, из них 1 авторская монография и 2 коллективные монографии, 18 статей в рецензируемых научных изданиях, 1 публикация в прочих изданиях, 10 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 36,81 печ.л., из которых лично автору принадлежат 35,56 печ.л.

Диссертация Ольмезовой Надежды Александровны является законченным научным исследованием, соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Совета Министров ДНР от 27.02.2015 г. № 2-13, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Научный консультант:  
проректор по научной работе, зав. кафедрой  
маркетинга и коммерческого дела  
ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»,  
доктор экономических наук, профессор



*Е.М. Азарян*

Е.М. Азарян