

В диссертационный совет Д  
01.004.01 при ГО ВПО «Донецкий  
национальный университет  
экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского»  
283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31

**ОТЗЫВ**  
*на автореферат диссертации*  
**ОЛЬМЕЗОВОЙ НАДЕЖДЫ АЛЕКСАНДРОВНЫ**  
*на тему: «Маркетинг на рынке детских товаров»,*  
*представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук*  
*по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством*  
*(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)*

Маркетинговые исследования рынка детских товаров является важным для понимания природы формирования спроса и предложения на этом рынке, особенностей покупательского поведения, выявления факторов, влияющих на процесс покупки, а также проявлений культуры потребления. Это связано с тем, что именно на этом рынке обращаются товары, которые во многом предопределяют основу будущего страны и ее населения. Весьма важна проблематика и в связи с тем, что на данном рынке формируется отношение вначале детей, а в будущем — взрослых покупателей, к рынку детских товаров. И, очевидно, что здесь проявляется отношение к отечественным производителям, закладываются основы того, насколько покупатели будут лояльны к ним, формируется маркетинговая политика.

В связи с этим диссертационная работа Ольmezовой Надежды Александровны является своевременным и актуальным научным исследованием, имеет практическую ценность, а также направлена на адаптацию к современным условиям трансформации рынка товаров и услуг теоретического аппарата развития маркетинга на рынке детских товаров с формированием практических рекомендаций, направленных на его совершенствование.

В диссертационной работе расширен понятийно-категориальный аппарат проблемы исследования в части уточнения понятий: «маркетинг на рынке детских товаров» (специфический вид маркетинговой деятельности, направленный на работу с двумя типами клиентов: покупатели (взрослые) и потребители (дети) с целью удовлетворения потребностей в товарах и услугах,

формирования лояльной к бренду будущей целевой аудитории и получение прибыли; «апгрейд цифровых технологий» (процесс принятия решения о внедрении цифровых технологий на основе анализа потребительского поведения, изучения реакции потребителей, подбора наиболее целесообразных технологий и оценки эффективности их применения).

Важным результатом диссертационной работы является разработанная концепция маркетинга на рынке детских товаров, которая представляет собой научно-обоснованную систему взглядов на процесс формирования маркетинговой политики, направленной на удовлетворение потребностей специфической целевой аудитории, что будет способствовать повышению уровня ее лояльности к бренду и обеспечит получение желаемых финансовых результатов.

Цель исследования отвечает теме диссертационной работы. Содержание сформулированных научных задач структурно и логично согласованы. Количество задач можно считать достаточным для раскрытия темы исследования и достижения поставленной цели. Выводы диссертационной работы позволяют констатировать, что задачи, поставленные автором в диссертации, решены, а диссертационная работа имеет научное и практическое значение.

Полученные результаты имеют практическое значение, о чем свидетельствуют справки о внедрении.

Наряду с отмеченными положительными сторонами работы имеют место некоторые дискуссионные положения и замечания, не снижающие общую ценность работы:

1. На рис. 7, стр. 18 представлена информация об объемах рынка интернет-торговли детскими товарами в Российской Федерации. Целесообразно было бы дать характеристику и описать популярные маркетплейсы в стране на рынке детских товаров и их роль в продвижении товаров через интернет.

2. На стр. 23 предложен разработанный структурно-компонентный подход к повышению лояльности потребительского поведения покупателей детских товаров, который в отличие от уже предложенных разработок, включает технологии комьюнити-маркетинга (рис. 12). Целесообразно было бы уточнить какое влияние оказывает внедрение технологий комьюнити-маркетинга на развитие рынка детских товаров.

В тоже время, отмеченные замечания не снижают научной и практической значимости исследования, а также не влияют на общую положительную оценку работы.

Можно сделать вывод о том, что диссертация на тему «Маркетинг на рынке детских товаров» является самостоятельно выполненным и завершенным научным исследованием, отвечает требованиям Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Донецкой Народной Республики и соответствует критериям пункта 2.2. Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора экономических наук, а ее автор Ольмезова Надежда Александровна заслуживает присуждения ей ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Доктор экономических наук, профессор

/Суворова Алевтина Павловна/



Я, Суворова Алевтина Павловна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

**Сведения об авторе отзыва:**

**ФИО:** Суворова Алевтина Павловна

**Ученая степень:** доктор экономических наук (08.00.05)

**Ученое звание:** профессор

**Место работы:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный технологический университет»

**Должность:** профессор кафедры менеджмента и бизнеса

**Контактные адреса:**

e-mail: SuvorovaAP@volgatech.net

телефон: 8(8362)686079

почтовый адрес: 424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, д.3

