

**ОТЗЫВ**  
**на автореферат диссертации**  
**СКОРОВАРОВОЙ МАРИНЫ КОНСТАНТИНОВНЫ**  
**на тему: «Экомаркетинг на современных предприятиях ритейла»**  
**представленной 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)**

Социально-ориентированная направленность Программы развития ДНР на 2018-2023гг. «Сила Донбасса» предусматривает развитие комфортных условий жизни, что стимулирует и углубляет интерес к инструментарию экомаркетинга, который призван их обеспечить, в т.ч. в сфере функционирования ритейл-сетей.

Эко-маркетинг прямо касается зоны управленческих возможностей и ответственности, что требует перманентных взаимодействий всех участников рыночной системы, а это, в свою очередь, декларирует необходимость фреймирования процесса разработки и имплементации экомаркетинговых технологий и целостной экоориентированной философии ведения экономической, в т.ч. торговой деятельности.

Необходимым становится дополнение современной теории и практики маркетинга системными знаниями, методами, подходами к использованию экоориентированных усилий по товарам, ценам, сбыту, продвижению как в целом, так и в ритейле сетевого формата, основанных на положениях инновационной институциональной экономической теории. Этим подтверждается актуальность темы диссертационной работы.

В работе четко поставлены задачи исследования, что позволило обеспечить их решение через использование широкого теоретико-методологического аппарата и современных методов исследования и получить результаты, характеризующиеся научной новизной, и имеющие практическую ценность для экомаркетинга на современных предприятиях, среди которых затрагиваются вопросы институционализации «зеленой экономики» посредством реализации экопринципов в развитии общества,

прежде всего в сфере потребления; совершенствования совместной работы торговой сети по развитию и внедрению экомаркетинга как внутри неё, так и с внешними партнерами; дальнейшего развития маркетинговых коммуникаций для торговой сети на основе подходов и технологий экомаркетинга.

Особо следует отметить значимость для принятия стратегических и тактических маркетинговых решений предложенную автором модель институализации «зеленой экономики» на принципах экомаркетинга, методику исследования эко-предпочтений покупателей с ориентацией на векторы конструирования потребительского выбора.

Глубину и качество представленных исследований подтверждает наличие справок о внедрении ряда предложений и рекомендаций в практику деятельности хозяйствующих субъектов ДНР, а также использование в учебном процессе (стр.5).

Степень достоверности полученных результатов подтверждается участием в ряде международных и республиканских научно-практических конференций, в т.ч. РФ, ЛНР, ДНР (стр. 5).

Автору принадлежит 12 публикаций научных работ общим объемом 6,4 п.л., имеющих достаточно широкую географию: Донецк, Луганск, Ростов-на-Дону, Брянск, Алма-Аты. (стр.7).

Несмотря на общее позитивное впечатление от представленных материалов, в тексте автореферата встречаются дискуссионные моменты и определения:

1) стр.8- трактовку понятия «экомаркетинг» как управленческой философии, предполагающей конечной целью получение прибыли, следовало бы дополнить и социальными мотиваторами;

2) стр.11- сведения о приведенной структуре мировых рынков сбыта эко-продукции не содержат временных рамок, а рынок эко-товаров весьма динамичен и изменчив, поэтому корректно указание временных параметров;

3) стр.21, табл.3- несколько дискуссионным является контент раздела «Эко PR и продвижение»: почему в отдельный элемент вынесена экокулинария и куда с какими функциями должен «внедряться» экоконтсультант.

Однако высказанные замечания имеют рекомендательный характер и не снижают общую положительную оценку материалов автореферата.

На основе ознакомления с авторефератом Скороваровой Марины Константиновны, можно сделать вывод о том, что диссертационная работа на тему: «Экомаркетинг на современных предприятиях ритейла» является самостоятельно выполненным и завершенным научным исследованием, отвечающим требованиям «Положения о присуждении ученых степеней», 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).

*Я, Чугункина Ирина Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Кандидат экономических наук  
(08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)), заместитель директора по дополнительному образованию и научно-исследовательской работе  
Филиала Ухтинского государственного технического университета в г. Усинске

И.В. Чугункина

Подпись Чугункиной И.В. заверяю

*Специалист по документам*

(Должность, ФИО, подпись)

Контактные данные:

Филиал Ухтинского государственного технического университета в г. Усинске  
169710 Республика Коми, г. Усинск, ул. Нефтяников, д. 33

Тел.: +7 (82144) 56-1-57

E-mail: [ichugunkina@ugtu.net](mailto:ichugunkina@ugtu.net)

Адрес сайта: <https://www.ufugtu.ru/>