

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)

Набирающая популярность в обществе ориентация на безопасное потребление, а также озабоченность вопросами сохранения природных ресурсов непосредственно влияет на потребительские предпочтения, выбор покупателя и спрос. Любая новая тенденция на рынке непременно затрагивает оба лагеря его игроков, поэтому своевременная реакция бизнеса на изменяющийся спрос и умение использовать современные тренды как новые коммерческие возможности, позволяют приобрести дополнительные преимущества в конкурентной борьбе. В данной связи, важной задачей для науки и практики является поиск эффективных средств, способов и механизмов оптимизации бизнесстратегий с учетом таких актуальных тенденций, как возрастающий спрос на экотовары, популяризация экопотребления и экопроизводства. В данном контексте ритейл, как область наиболее тесного контакта с конечным потребителем, может выступить эффективной платформой поддержки и дальнейшего развития такого тренда посредством экомаркетинга, что в целом будет способствовать созданию новой потребительской ценности, удовлетворению спроса на экопродукцию и укреплению конкурентных позиций бизнесу субъектов. В связи с чем, научная работа Скороваровой М.К., посвященная вопросам обобщения теоретических основ и разработка научно-практических рекомендаций по совершенствованию подходов к реализации экомаркетинга на современных предприятиях ритейла, несомненно, является актуальной.

Цель и задачи исследования, поставленные автором, позволили сформировать его структуру, логично раскрывающую наиболее важные вопросы выбранной предметной области. Содержание автореферата, в том числе позиции новизны, свидетельствуют о том, что диссертация соответствует

паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), а полученные результаты характеризуются практической значимостью в области применения экомаркетинга в продуктивном ритейле сетевого формата, в том числе в вопросах оптимизации стратегий экомаркетинга на современных рынках товаров и услуг.

С практической точки зрения следует отдельно отметить такие, полученные автором результаты, как: рекомендации по взаимодействию торговой сети с бизнеспартнёрами по совместной реализации экомаркетинга; комплекс маркетинговых коммуникаций для торговой сети на основе экомаркетинга. Необходимо отметить и теоретические наработки соискателя, в том числе в части дальнейшего развития понятийного аппарата и совершенствования концептуальных основ развития экомаркетинга.

Несмотря на бесспорное достоинство работы, целесообразно обратить внимание автора на ряд замечаний по тексту автореферата:

1. Автором заявлено, что в первом разделе диссертации исследован теоретический базис становления и развития экомаркетинга, однако в тексте автореферата (с.7-8) результаты такого исследования отражены не в полном объеме, конкретизирован лишь экомаркетинг в ритейле. В этой связи стоило бы представить схему развития подходов к трактовке сути экомаркетинга, о которой автор упоминает на с. 8 автореферата.

2. На странице 9 автореферата представлена классификация экомаркетинга, однако из этой схемы не видно отличительных характеристик экомаркетинга и отличия этой классификации от уже существующих по маркетингу услуг.

3. Стоило бы уточнить, с чем связан выбор группы стран потребителей эко-товаров на стр. 12 автореферата (табл. 1).

4. Уточнения требует представленная на рисунке 9, стр. 20 - Стратегия развития бренда при реализации экомаркетинга торговой сети. Стоит указать, какая именно будет реализовываться стратегия, а также за счет чего будет осуществляться финансирование.

Однако указанные замечания носят характер рекомендаций и не снижают общую высокую оценку результатов научной работы.

Исходя из содержания автореферата, диссертационная работа на тему: «Экомаркетинг на современных предприятиях ритейла», ее актуальность, научная новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов соответствуют требованиям, предъявляемым «Положениями о присуждении ученых степеней», а ее автор Скороварова Марина Константиновна 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, Некрасова Ольга Леонидовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, доцент, заведующая кафедрой, профессор кафедры международного бизнеса и делового администрирования Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»

О. Л. Некрасова

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»
283001, ДНР, г. Донецк, ул. Университетская, 24
Тел. +38(062) 302-06-00
E-mail: kf.intern_bus.admin@donnu.ru
Адрес сайта: <http://donnu.ru/>

ПОДПИСЬ
ЗАВЕРЯЮ



УЧЕНЫМ СЕКРЕТАРЬ
Н. МИХАЛЬЧЕНКО