

ОТЗЫВ

на диссертационную работу диссертации Скороваровой Марины Константиновны на тему: «Экомаркетинг на современных предприятиях ритейла», 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)

Скороварова Марина Константиновна в 2018 году закончила Государственную организацию высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» с отличием по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, Магистерская программа: Маркетинг. За время учебы имеет множество сертификатов и благодарностей. В университете работает с 2018 года на должности экономиста первой категории подразделения аспирантуры и докторантуры, а также по совместительству - ассистент кафедры маркетинга и торгового дела. С декабря 2018 года обучается заочно в аспирантуре по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

За время работы над диссертацией Скороварова М.К. проявила себя ответственным исполнителем, инициативным и целеустремленным исследователем, смогла достичь значительного уровня теоретической и практической подготовки в выбранной области научного поиска, что позволило справиться с поставленными научными задачами в рамках исследования на актуальную тему и результативно выполнить программу аспирантуры.

Диссертация Скороваровой Марины Константиновны посвящена актуальной проблеме, т.к. интерес к вопросам экологизации экономической деятельности и ее результатов в деловой среде – одна из положительных тенденций в мировой экономике на современном этапе. Вопросы защиты окружающей среды, экологически чистого производства и потребления не сходят с арены экономических, политических и научных дискуссий. Это связано не только с растущим из года в год дефицитом и ценами на природные ресурсы, техногенным давлением на окружающую среду, но и с обострением ситуации, связанной с увеличением заболеваемости населения, в том числе экологически обусловленным. В результате экологические аспекты жизни выходят на первый план среди других и в сознании потребителей.

Ключевые элементы научного исследования: тема, цель, объект, предмет, задачи, выводы логически взаимосвязаны, определяют структуру работы, последовательность и соответствие теоретических, методических положений и практических рекомендаций. В процессе исследования соискателем проанализирован значительный объем материала по выбранной проблематике, изучен мировой и отечественный опыт использования экомаркетинга, исследован экомаркетинг и его

инструментарий в ритейле, что позволило дать рекомендации по формированию стратегии экомаркетинга в торговой сети и сформировать комплекс маркетинговых коммуникаций в магазинах торговой сети на основе экомаркетинга.

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. 9.10 «Стратегии, формы и методы ценовой и неценовой конкуренции на современных рынках товаров и услуг» и п. 9.12 «Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге».

Основной научный результат диссертационной работы заключается в разработке концептуальных и теоретико-методических положений относительно развития экомаркетинга в ритейле сетевого формата. В диссертационной работе автором:

- разработаны карты типологии отдельных экологически обусловленных заболеваний;
- предложена модель институционализации «зеленой» экономики на принципах эко-маркетинга;
- разработан концептуальный подход к развитию виртуальных рынков;
- усовершенствован концептуальный подход к развитию экомаркетинга в ритейле сетевого формата;
- предложена схема взаимодействия розничной торговой сети и ее поставщиков;
- разработан гайд взаимодействия отдела маркетинга в рамках осуществления торговой политики торговой сети;
- предложен комплекс маркетинговых коммуникаций в торговой сети на основе экомаркетинга и методический подход к внедрению экомаркетинга в стратегию предприятия – торговой сети.

Практическое значение полученных результатов исследования состоит в доведении теоретических положений, выводов и рекомендаций диссертации до уровня предложений относительно стратегий экомаркетинга на современных рынках товаров и услуг.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Рекомендации, предложенные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в деятельность предпринимательских структур г. Донецка.

Основные положения диссертации используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при изучении дисциплин «Психотехнологии продажи товаров», «Маркетинг», «Экологический маркетинг» и «Мерчандайзинг» (справка о внедрении № 02.01/878 от 03.06.2022 г.).

По результатам исследования опубликовано 12 научных работ (общим объемом 6,4 печ.л., из которых лично автору принадлежит 5,12 печ.л.), из них в коллективной монографии – 1, рецензируемых научных изданиях – 6 статей, других рецензируемых изданиях – 1, а также 4 работы апробационного характера. География публикаций – Донецк, Луганск, Ростов-на-Дону, Брянск, Алматы.

Таким образом, теоретические положения, предложения и практические рекомендации, разработанные и полученные соискателем в ходе решения поставленных задач, представляют собой результат завершеного исследования, который отражен в его новизне и имеет теоретическое и практическое значение. Это позволяет утверждать о том, что диссертационная работа на тему: «Экомаркетинг на современных предприятиях ритейла» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а Скороваровой Марины Константиновны 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, профессор кафедры
маркетинга и торгового дела

Ю.К. Яковлева

По результатам исследования опубликовано 12 научных работ (общим объемом 6,4 печ.л., из которых лично автору принадлежит 5,12 печ.л.), из них в коллективной монографии – 1, рецензируемых научных изданиях – 6 статей, других рецензируемых изданиях – 1, а также 4 работы апробационного характера. География публикаций – Донецк, Луганск, Ростов-на-Дону, Брянск, Алматы.

Таким образом, теоретические положения, предложения и практические рекомендации, разработанные и полученные соискателем в ходе решения поставленных задач, представляют собой результат завершенного исследования, который отражен в его новизне и имеет теоретическое и практическое значение. Это позволяет утверждать о том, что диссертационная работа на тему: «Экомаркетинг на современных предприятиях ритейла» соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а Скороваровой Марины Константиновны 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, профессор кафедры
маркетинга и торгового дела



Ю.К. Яковлева

