

В диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»

Отзыв

на автореферат диссертации Возияновой Екатерины Александровны на тему:
«Аромаркетинг на современных рынках товаров и услуг»,
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)

Развитие современной науки и опыт внедрения ее результатов в практическую деятельность субъектов хозяйствования Донецкой Народной Республики подтверждают необходимость дальнейших исследований в области маркетинговой деятельности, в том числе развитие такого направления как аромаркетинг. Использование аромаркетинга как комплекса мер, задействованных для ароматизации торгового помещения с целью увеличения объема продаж, является одним из наиболее перспективных направлений воздействия на поведение потребителя и отражает современные тенденции использования нематериальных методов стимулирования сбыта и формирования конкурентных преимуществ торговых предприятий. Вышесказанным подтверждает актуальность темы диссертационной работы.

Цель проведенного исследования заключается в обобщении теоретических основ и разработке научно-практических рекомендаций по совершенствованию подходов к реализации аромаркетинга на современных рынках товаров и услуг. Для достижения данной цели автор ставит ряд важных и сложных задач, в том числе исследование теоретического базиса становления и развития аромаркетинга; исследование новой маркетинговой среды и классификацию аромаркетинга; формирование концептуального подхода к развитию аромаркетинга; изучение мирового и отечественного опыта использования аромаркетинга; исследование инфраструктуры и инструментария аромаркетинга; исследование практики аромаркетинга на рынках товаров и услуг; разработку организационной модели аромаркетинга на предприятии; формирование подхода к аромаркетингованию современных предприятий; разработку рекомендаций по формированию стратегии развития аромаркетинга на современных рынках товаров и услуг.

Информационной базой исследования стали законодательные и нормативные акты, регулирующие деятельность субъектов хозяйствования, материалы министерств и ведомств ДНР, статистические материалы, отчеты международных организаций, научные труды ведущих отечественных и зарубежных ученых, Интернет-ресурсы, результаты исследований автора. Автор использует широкий набор общенаучных и специальных методов

исследований, что свидетельствует о высоком уровне научной обоснованности и достоверности положений диссертации.

Отдельного внимания заслуживает предложенная автором классификация аромамаркетинга, сформированная по девяти классификационным признакам, которые представляются действительно важными для построения стратегии организации (с. 8).

Особый интерес вызывает авторская версия усовершенствованной модели взаимосвязи между базовыми запахами, эмоциями человека и результатом аромамаркетинга, которая отличается тем, что визуализирует процесс восприятия человеком запахов и ароматов; позволяет учитывать в маркетинге осмомнию и феномен Пруста, базирующийся на взаимосвязи запах-воспоминание; увязывает возможности базовых запахов с базовыми эмоциями человека, а также результатами аромамаркетинга (рис. 2, стр. 12).

Автором доказана необходимость формирования ароматрицы базовых ароматов, предложена ароматрица, содержащая перечень базовых запахов и ароматов, используемых в аромамаркетинге, и результаты их воздействия на человека (табл. 2, с. 13). Использование данной матрицы позволит предприятию целенаправленно формировать стратегию аромамаркетинга, осуществляя процедуру выбора запахов и ароматов в зависимости от ожидаемого эффекта.

Заслуживает внимания разработанный автором алгоритм внедрения аромамаркетинга в деятельность предприятия (рис. 4, с. 16), который сформирован по пяти этапам и направлен на создание и корректировку стратегии и тактики реализации концепции аромамаркетинга на предприятии.

Согласно тексту автореферата, полученные в диссертационной работе результаты нашли практическое применение и создают основу для дальнейших прикладных исследований по разработке научно обоснованных подходов и научно-практических рекомендаций по совершенствованию аромамаркетинга на современных рынках товаров и услуг.

Вместе с тем некоторые положения автореферата, авторские идеи представляются спорными и нуждаются в дополнительной аргументации или пояснении:

1. На наш взгляд, целесообразно уточнить, на основе каких документов был проведен опрос покупателей в торговых сетях с целью изучения изменений привлекательности торговых точек вследствие реализации мероприятий по ароматизации, результаты которого представлены на с. 14 автореферата.

2. Для практической реализации концепции аромамаркетинга в деятельности предприятий автор предлагает использование широкого инструментария, в том числе арома-карту, арома-график, арома-бук (с. 17). На наш взгляд, уточнения и более подробного описания требует процесс разработки стандарта аромамаркетинга «арома-бук» с целью формирования целостной концепции аромамаркетинга на предприятии.

Указанные замечания не снижают общей положительной оценки проведенного Возияновой Екатериной Александровной исследования.

Научные положения, рекомендации и выводы, полученные в диссертационной работе, обеспечили достижение цели и задач исследования. Автореферат и опубликованные автором работы отражают основные положения диссертации, что позволяет сделать вывод о законченном самостоятельном характере исследования, выполненном на высоком уровне.

В целом содержание автореферата показывает, что диссертационная работа на тему «Аромамаркетинг на современных рынках товаров и услуг», отвечает требованиям ВАК, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Возиянова Екатерина Александровна, 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, Удалых Ольга Алексеевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук по специальности
08.02.03 – Организация управления,
планирование и регулирование экономики,
доцент, заведующий кафедрой экономики
ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»

О.А. Удалых

Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донбасская аграрная академия»

286157, ДНР, г. Макеевка, ул. Ленина, 87

Тел.: +380 62 22-22-27

e-mail: o_udalykh@yandex.ru

сайт организации: <https://donagra.ru>

