

## **Отзыв**

**на автореферат диссертации Ювко Александра Александровича  
на тему «Стратегия развития спортивного маркетинга в современных  
условиях», 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)**

В современных условиях в основе деятельности спортивных организации должна лежать ориентация на достижение экономических и социальных целей, последовательная и взаимосвязанная реализация которых в конечном итоге влияет на финансовый результат деятельности. Однако внимание при реализации спортивных мероприятий, маркетинговому инструментарию уделяется недостаточно.

В связи с этим, исследование Ювко Александра Александровича посвящено крайне актуальной теме, а его результаты отражают современные тенденции развития спортивного маркетинга.

Стоит подчеркнуть, что достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций, представленных в автореферате, предопределена его последовательностью и структурой работы в целом.

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке теоретических положений и методических рекомендаций по формированию механизма разработки и совершенствования стратегии развития спортивного маркетинга в современных условиях.

В основу исследования автором положен сформированный концептуальный подход к организации спортивного мероприятия, представленный в виде целостной концепции, которая определяет цели, принципы, задачи, общую структуру, участников и инструменты спортивного маркетинга, что позволяет ориентироваться на потребности клиентов с

помощью усилий по организации процесса и генерированию нужных идей, средств и методов для привлечения зрителей, болельщиков и спонсоров.

Заслуживает внимания экспресс-стратегия фандрайзинга некоммерческих спортивных организаций (НСО), которая, в отличие от существующих включает 8 шагов поиска потенциальных спонсоров этих организаций, в частности: четкую формулировку миссии и декомпозицию целей НСО, анализ актуального состояния НСО, применение инструментов и определение способов фандрайзинга, использование фандрайзинговых активов, составление и проверку календарного плана, расчет эффективности фандрайзинговой деятельности.

Стоит отдельно подчеркнуть значимость механизма реализации стратегии развития спортивного маркетинга, который в отличие от существующих направлен на поддержку, сохранение и расширение внешних связей на маркетинговом уровне с применением элементов фандрайзинга, подкрепленного детальной проработкой системы мероприятий по повышению результативности маркетинговой стратегии развития организаций спортивной индустрии.

При этом основные положения диссертации доведены до уровня научно-методических подходов и практических предложений. К наиболее существенным результатам исследования, имеющим практическое значение, следует отнести: концептуальный проект организации спортивного мероприятия, факторно-критериальную модель оценки результативности механизма маркетинговой деятельности спортивных организаций, механизм реализации стратегии развития спортивного маркетинга, который подчеркивает важность поддержки, сохранения и расширения внешних связей в сфере маркетинга.

Несмотря на положительное впечатление от проведенного автором исследования и содержания автореферата, следует отметить ряд дискуссионных положений, а именно:

- 1) автором на рисунке 4 автореферата представлен разработанный Концептуальный подход к организации спортивного мероприятия, однако в тексте не раскрывается сущность большинства его структурных элементов;
- 2) автор указывает (с. 12), что «Важным элементом предложенной модели является подкрепление продукта путем использования цифровых технологий...», однако, о каких именно цифровых технологиях (или даже программных продуктах) идет речь, из автореферата не понятно.

Указанные замечания не влияют на значимость проведенного исследования и полученных результатов.

Таким образом, диссертационная работа Ювко Александра Александровича на тему «Стратегия развития спортивного маркетинга в современных условиях» отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а её 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, Егоркина Татьяна Алексеевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Доцент кафедры менеджмента,  
кандидат экономических наук  
(08.00.04 – «Экономика и управление предприятиями  
(по видам экономической деятельности)»), доцент  
Севастопольский экономико- гуманитарный  
институт(филиал) ФГАОУ ВО «Крымский  
федеральный университет им.В.И.Вернадского»

Татьяна Алексеевна Егоркина

Подпись заверяю.

Директор Севастопольского экономико- гуманитарного  
института(филиал) ФГАОУ ВО «Крымский  
федеральный университет им.В.И.Вернадского»



Наталья Фёдоровна Лазицкая

Адрес организации: 299038 г.Севастополь, ул. А.Кесаева, 14Ж, тел. 7978 120 28 70, e-mail segicfu@mail.ru