

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)

Социально-экономические изменения, произошедшие в обществе характерны и для отрасли физической культуры и спорта. Если в прошлые годы руководители спортивных организаций особо не задумывались о финансовых аспектах своей деятельности, то сейчас финансирование спорта, физкультурно-оздоровительного центров или спортивных сооружений вызывают трудности (в связи объективными причинами).

Именно поэтому, диссертационная работа Ювко Александра Александровича является крайне актуальной и представляет интерес как для теории, так и для практики современного спортивного маркетинга.

Содержание автореферата отличаются логической последовательностью изложения, убедительностью аргументации новизны научных положений, выводов и рекомендаций.

Следует особо подчеркнуть, что о значимости полученных результатов и их достоверности свидетельствует тот факт, что основные положения диссертационной работы опубликованы в 14 научных работах, среди которых 1 коллективная монография, 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 6 работ апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 7,25 печ.л., из них 6,6 печ.л. принадлежат лично автору

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. К наиболее значимым результатам исследования, которые представляют интерес, правомерно отнести:

разработанную организационно-управленческую модель стратегии развития спортивного маркетинга, которая в отличие от существующих предполагает взаимосвязи и раскрывает механизм внедрения спортивного маркетинга в деятельность организаций Донецкой Народной Республики на трех уровнях: макроуровень - Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР, мезоуровень - отделы физической культуры, спорта и туризма в городах и районах, микроуровень - коммерческие и некоммерческие спортивные организации;

предложенный 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;

усовершенствованную модель формирования лояльного поведения потребителей на спортивном рынке с использованием цифровых технологий, которая в отличие от существующих, детализирует процесс принятия решений потребителями, что позволяет активно воздействовать на их ожидания и повышать уровень удовлетворения потребностей;

В тоже время практическая значимость исследования состоит в возможности использования современных инструментов спортивного маркетинга для повышения эффективности процесса управления спортивной индустрией, деятельности отдельных субъектов спортивного рынка. Предложенные направления совершенствования стратегии

развития спортивного маркетинга в современных условиях могут применяться при создании различных целевых программ развития спорта на республиканском и местном уровнях.

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.

Положения, отражённые в автореферате, дают основания утверждать, что диссертация Ювко Александра Александровича представляет самостоятельное научное исследование, структура которого последовательна и обоснована целью и поставленными задачами. Отмечая значимость диссертации, необходимо отметить некоторые дискуссионные положения в автореферате.

1. Из текста автореферата не понятно, проанализированы ли автором положения нормативно-правовых документов (при их наличии), регламентирующих реализацию инструментов спортивного маркетинга.
2. Автором на странице 21 автореферата сказано: «...важность применения современных способов и активов фандрайзинговой деятельности». Тем менее из текста автореферата сложно сделать вывод о том, что понимается под активами фандрайзинговой деятельности.

Дискуссионные положения не снижают качества диссертационной работы, выполненной, как показывает содержание автореферата, на высоком уровне. Диссертация отвечает требованиям, предъявляемым к работам такого рода, а Ювко Александр Александрович 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, Гончаров Валентин Николаевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
(08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством»),
профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и управления трудовыми ресурсами
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»

Подпись Гончарова В.Н. заверяю
Начальник отдела кадров:

Контактные данные:

91008. ЛНР, г. Луганск. городок ЛНАУ
тел.: +38(0642) 96-74-52
e-mail rector lnau/su



В.Н. Гончаров

с.с. Гончаров