

**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)**

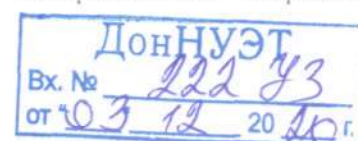
На сегодняшний день невозможно переоценить значение спорта для отдельного человека и общества в целом. Спорт укрепляет человека физически и духовно. Он ставит для человека цель достичь новых результатов, расширить свои возможности. Однако, как теоретические, так и практические исследования спортивного маркетинга для нашего государства являются достаточно новыми. Российская Федерация, Донецкая Народная Республика, как и другие страны из состава Советского Союза, делают шаги в формировании основ исследуемой проблематики.

Учитывая вышесказанное, можно утверждать, что тема диссертационной работы Ювко Александра Александровича имеет особую актуальность и значимость, как для теории, так и практики спортивного маркетинга.

Обоснованность положений, выносимых на защиту, научных выводов и рекомендаций диссертационной работы, подтверждается постановкой цели и задача исследования, обработкой значительного массива экономической и другой специальной литературы в исследуемой проблематике, применением современных методов и подходов к исследованию экономических явлений, логичным использованием информационных, статистических и нормативно-правовых баз данных.

Элементы научной новизны, представленные в автореферате, соответствуют паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинга), в частности: п. 9.1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга; п. 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга.

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.



Отличается оригинальностью и заслуживает внимания 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.

Отдельно стоит подчеркнуть значение отметить значение разработанной автором модели 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.

Нельзя обойти стороной практическую значимость полученных результатов, которые могут применяться при создании различных целевых программ развития спорта на республиканском и местном уровнях.

Опубликованные научные работы (среди которых 1 коллективная монография, 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 6 работ апробационного характера) объективно и в полной мере раскрывают основные положения диссертационной работы и автореферата, полученные научные результаты, выводы и рекомендации, что свидетельствует о достаточности информирования научного сообщества о ходе выполнения диссертации. Стиль изложения материала в автореферате, выводов и рекомендаций соответствует научному стилю.

Положительно оценивая результаты диссертационной работы Ювко Александра Александровича, следует остановиться на дискуссионных положениях и определенных замечаниях к содержанию автореферата:

1) Автор, согласно предложенной институционно-функциональной модели спортивного рынка (рис. 2), выделяет спрос и предложение. Однако, следуя дальнейшей логике диссертационной работы, в автореферате стоило бы акцентировать больше внимания на особенностях сочетания спроса и предложения на спортивных рынках городов, районов;

2) Не обосновано использование интегрального показателя результативности фандрайзинговой деятельности в предложенной автором экспресс-стратегии фандрайзинга некоммерческих спортивных организаций.

Указанные дискуссионные положения не влияют на значимость полученных результатов в теоретической и практической плоскости, а также не меняют положительного впечатления от автореферата диссертации.

Диссертационная работа Ювко Александра Александровича на тему «Стратегия развития спортивного маркетинга в современных условиях», отличается научной новизной и практической значимостью, а ее 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, Мельникова Елена Павловна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

*Я, Черноус Оксана Ивановна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Доктор технических наук,  
05.02.08 – «Технология машиностроения»,  
профессор экономики, заведующий кафедрой  
менеджмента организаций  
АДИ ГОУВПО «Донецкий национальный  
технический университет»

  
Е.П. Мельникова

Кандидат экономических наук,  
08.00.05 – «Экономика и управление народным  
хозяйством (по отраслям сферы деятельности в  
т. ч.: региональная экономика),  
доцент кафедры менеджмента организаций  
АДИ ГОУВПО «Донецкий национальный  
технический университет»



О.И. Черноус

Подпись Мельниковой Е.П. удостоверяю

Подпись Черноус О.И. удостоверяю

*Унас ок. Черноус О.И.*

284646. Донецкая Народная Республика,  
АДИ ГОУВПО «ДОННТУ»,  
г. Горловка, ул. Кирова, 51  
[inst@adidonntu.ru](mailto:inst@adidonntu.ru)  
тел. (0624) 55-33-22, факс: 55-29-67