

**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)**

Современные изменения в отечественном спорте тесно связаны с активным развитием социально-экономических отношений, соответствующих общемировым тенденциям. В связи с этим спортивный «бизнес» стал важной частью экономики любого современного государства. Поэтому, в условиях рыночной экономики в области спортивных услуг стремительно растет значение маркетинга. Спорт, а вернее спортивное зрелище и его атрибутика, стали товаром, который продается и покупается.

Все это свидетельствует о безусловной актуальности, своевременности и значимости диссертации Ювко Александра Александровича на тему «Стратегия развития спортивного маркетинга в современных условиях».

Из автореферата следует, в диссертации исследован объемный блок теоретических вопросов, касающихся особенностей спортивного маркетинга и организационно-методических вопросов, направленных на разработку стратегий его развития.

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

Представляет научный интерес предложенная 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 (рис. 5);

Заслуживает отдельного 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 (рис. 10).

Логика и последовательность дальнейшего исследования позволила автору развить понятийно-категориальный аппарат, а именно предложить дефиниции определений «спортивный маркетинг», «маркетинговые коммуникации в индустрии спорта», «маркетинговая стратегия развития спортивной организации», «фандрайзинг».

Изучение автореферата позволяет утверждать, что материал в автореферате изложен грамотно и последовательно. Тем не менее, в качестве замечаний и рекомендаций к работе выделим следующие:

1. В третьем разделе диссертационной работы автором разработан механизм реализации стратегии развития спортивного маркетинга. В автореферате стоило бы уточнить авторское мнение относительно того, каким показателям стоит отдавать приоритет при оценке эффективности предложенного механизма.
2. В ходе исследования автор, так или иначе, обращался к тенденциям развития спортивного маркетинга в мире. Однако в автореферате не указано об этом факте. Также не совсем понятно соответствуют ли отечественные тенденции развития спортивного маркетинга общемировым?

Указанные замечания не снижают значимость проведенного автором исследования, не влияют на роль полученных результатов для спортивного маркетинга в современных условиях.

Исходя из содержания автореферата, можно сделать вывод о том, что диссертационная работа на тему «Стратегия развития спортивного маркетинга в современных условиях» отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – 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, Скороход Н.Н., согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Кандидат экономических наук,  
(08.00.01 – Политическая экономия)  
доцент, доцент кафедры «Экономика»  
ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»



Н.Н. Скороход

Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение  
высшего образования  
Луганской Народной Республики  
«Луганский государственный  
педагогический университет»  
91011, ЛНР, г. Луганск, ул. Оборонная, 2,  
тел. +38 (072) 104-13-33  
info\_lu@ltsu.org



Подпись *Н.Н. Скороход*  
Заверяю  
Начальник отдела кадров *Д. Ломова*

*Д. Ломова*