

О Т З Ы В

на автореферат диссертации Тянь Е.Г. на тему: "Формирование интегрированного маркетингового предложения на основе ценностных потребительских эффектов" на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08. 00. 05 - Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Цель диссертационной работы Тянь Е.Г. заключается в развитии теоретических и методических подходов к формированию интегрированного маркетингового предложения в пищевой отрасли.

В современных условиях совершенно очевидно, что для российских производителей поиск новых способов более полного удовлетворения потребностей, в частности за счет максимально ценностного маркетингового предложения продукта, обеспечивающих устойчивый успешный рост хозяйственной деятельности, является одной из основных задач для российских производителей.

В этой связи, актуальность выбранного Тянь Е.Г. вектора научного исследования не вызывает сомнения. В работе доказывается необходимость преодоление сложившегося учета ценностных эффектов для ограниченного числа потребителей в пользу реализации учета совокупного ценностного эффекта, что предполагает ценностные эффекты для широкого круга заинтересованных сторон, реализация которых также предполагает и их участие. Результатом такой работы будет интегрированное маркетинговое предложение (ИМП).

Поставленные в диссертации задачи, судя по автореферату, успешно решены автором. Отдельного внимания заслуживает проведенный анализ специфики маркетинга пищевых продуктов, что позволило автору раскрыть потенциал маркетинга при грамотном подходе.

Диссертационная работа имеет реальную новизну, в частности, автором предложено понятие ИМП; обосновано и предложена методика оценки потребительского восприятия ценности интегрированного маркетингового

предложения; обоснована модель взаимодействия всех участников формирования ИМП применительно к продукту питания; предложен комплекс направлений по формированию ИМП пищевого продукта.

Вместе с тем необходимо отметить, что, судя по автореферату, остается неясным, в чем заключается маркетинговая специфика пищевых продуктов, на основе анализа которых автор сформулировал концептуальные основы формирования интегрированного маркетингового предложения.

Указанное замечание не снижает актуальности выбранной темы, степени научной и практической новизны идей, достоверности выводов. Диссертационная работа представляет собой законченное научное исследование, соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям (п.9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013).

Считаю, что Тян Е.Г. заслуживает присуждения степени кандидата экономических наук по специальности 08.00. 05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

д.э.н., доцент кафедры

Маркетинга и рекламы

ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»

В.А. Бондаренко

Бондаренко Виктория Андреевна

334002, ул. Б. Садовая, 69, ауд. 333. г. Ростов-на-Дону

8 863 237-02-55

b14v@yandex.ru

