

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
УРАЛЬСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК
РЕЦЕНЗИЯ**

на научно-квалификационную работу
аспиранта Седельникова В.М.

(фамилия, имя, отчество)

направления подготовки 38.06.01 Экономика

(код направления, наименование направления)

направленность (профиль) 08.00.05 Экономика и управление народным
хозяйством (маркетинг)

(наименование направленности (профиля))

на тему «Совершенствование маркетинговой стратегии развития
потребительского рынка мегаполиса»

Научный руководитель Неганова В.П., д.э.н., проф.

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

Тема диссертационной работы Седельникова В.М. имеет особую актуальность в условиях действия внешних и внутренних социально-экономических и политико-конъюнктурных вызовов, оказывающих влияние на российскую экономику. В частности, это можно увидеть на примере потребительского рынка мегаполиса с учетом значительного падения уровня реальных доходов населения и закрытия предприятий малого и среднего бизнеса. В данном аспекте исследование маркетинговых механизмов выхода компаний на потребительском рынке из сложившейся кризисной ситуации представляется важной детерминантой восстановления других отраслей и секторов российской экономики.

В диссертационной работе решены поставленные задачи исследования, в частности, уточнены теоретико-методологические положения совершенствования маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса с учетом принципов ценностно-ориентированного подхода, усовершенствована методика оценки маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса на основе анализа потребительской ценности и вовлеченности потребителей в процесс совместного создания ценности, разработаны методические рекомендации по выбору стратегических направлений развития потребительского рынка мегаполиса.

При этом особое внимание заслуживают следующие результаты, содержащие элементы научной новизны:

1) раскрытие содержания маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса как системы долгосрочных, взаимовыгодных отношений между целевыми аудиториями потребительского рынка мегаполиса, направленной на определение, создание и развитие совместной экономической ценности и оценку уровня вовлеченности потребителей в процессе развития данных взаимоотношений;

2) определение основных элементов ценностно-ориентированного подхода в рамках маркетинга взаимоотношений;

3) усовершенствование методики оценки маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса в рамках ценностно-ориентированного подхода на основе анализа «разрывов» между значимостью факторов, формирующих потребительские предпочтения и степенью удовлетворенности потребителей;

4) Предложение направлений развития предприятий общественного питания г. Екатеринбурга в рамках ценностно-ориентированного подхода.

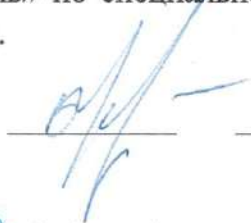
Выполненное исследование опирается на анализ и обобщение широкого круга теоретических источников и применении статистических методов.

Практическая значимость данной работы не вызывает сомнения, в частности, предложения автора не только развивают теоретическое представление об использовании маркетинговых стратегий в процессе выхода компаний потребительского рынка мегаполиса из сложившейся кризисной ситуации, но и позволяют сделать ряд усовершенствований в данном направлении, способствующих повышению уровня их текущей и будущей прибыльности.

В качестве замечания можно отметить, что из текста диссертации не совсем понятно, можно ли применять авторскую методику на других рынках, например на рынке B2B. Автору следовало более подробно раскрыть данный аспект в своей работе.

Выпускная квалификационная работа Седельникова В.М. удовлетворяет требованиям Положения о научно-квалификационной работе аспирантов (диссертации), утвержденного на заседании Ученого совета ФГБУН Института экономики УрО РАН, протокол №3 от 23.03.2017 г., а автор Седельников Владислав Михайлович достоин присвоения квалификации «Исследователь. Преподаватель-исследователь» по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством».

Рецензент



(подпись)

Беляев Н.М. к.т.н., старший преподаватель

кафедры товароведения
и экспертизы УрГЭУ

(должность,

ученая степень, ученое звание)

(ФИО)



августа

2020 г.