

**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)

В настоящее время наблюдается динамичное развитие рынков услуг, сопровождающееся технологической революцией в индустрии сервиса, что предопределяет резкое обострение и изменение характера конкурентной борьбы в этой сфере экономики. Акцент в формировании конкурентных преимуществ все больше смещается от ценовых методов ведения конкуренции к неценовым, связанным с построением систем взаимоотношений с клиентами в долгосрочной перспективе. В этих условиях особую актуальность приобретает задача по выживанию и процветанию компаний на потребительском рынке.

В связи с этим в настоящее время существует необходимость разработки научно обоснованных подходов к выявлению и оценке основных детерминант, способствующих повышению эффективности деятельности предприятий на потребительском рынке, удержанию уже имеющихся у данных компаний клиентов, созданию совместной потребительской ценности и повышению уровня лояльности клиентов, что и обуславливает актуальность и практическую значимость выпускной научно-квалификационной работы аспиранта Седельникова В.М. на тему «Совершенствование маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса».

Поставленная цель и задачи для ее достижения позволили Владиславу Михайловичу придерживаться логически выдержанной структуры

исследования, которая состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

Во введении обоснована актуальность исследования, сформулированы его цель, задачи, предмет и объект исследования, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе «Теоретико-методологические основы совершенствования маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса» раскрыты основные составляющие ценностно-ориентированного подхода в рамках маркетинга взаимоотношений, а также выделены ключевые принципы повышения эффективности реализации маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса, сформирована ее теоретико-методологическая модель.

В главе 2 «Методический инструментарий совершенствования маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса» проанализированы существующие методы оценки маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса, усовершенствована методика ее оценки, посредством учета уровня потребительской ценности и степени вовлеченности потребительских сообществ и представителей бизнеса в процесс ее создания.

В главе 3 «Основные направления совершенствования маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса» проведен анализ динамики развития рынка общественного питания России, а также апробирована предложенная в главе 2 усовершенствованная методика по оценке экономической эффективности предприятий общественного питания г. Екатеринбурга. Кроме того, на основе реализации разработанных методических рекомендаций по повышению экономической эффективности предложены направления развития предприятий общественного питания г. Екатеринбурга в рамках ценностно-ориентированного подхода.

В заключении приведены основные выводы по результатам выпускной научно-квалификационной работы.

В качестве единственного замечания можно отметить необходимость четкого выделения в научной выпускной квалификационной работе критериев, на основании которых автор производит отбор целевых сегментов или наоборот, критериев отказа от нецелевых сегментов.

Таким образом, диссертация Седельникова В.М. является самостоятельным научным исследованием, в котором обоснован теоретический подход, разработана методология и предложено решение научной задачи повышения эффективности деятельности предприятий общественного питания г. Екатеринбурга в рамках ценностно-ориентированного подхода. Оформление диссертации и автореферата соответствует требованиям, установленным организацией, на базе которой она выполнена – Федерального государственного бюджетного учреждения науки Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук.

Считаем, что Владислав Михайлович достоин присвоения квалификации «Исследователь. Преподаватель-исследователь» по специальности 08.00.03 – «Экономика и управление народным хозяйством».

Рецензент

Петров М.Б. д.т.н., доцент,

руководитель Отдела прогнозирования
размещения производительных сил
и пространственного развития
экономики регионов ЦЭ УРО РАН
(должность,
ученая степень, ученое звание)



«14» августа 2020 г.

МП