

**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)

Диссертация подготовлена на актуальную тему и представляет несомненный научный и практический интерес. Значимость темы работы объясняется важностью проблемы поддержания стабильности на потребительском рынке мегаполиса, устойчивости положения малого и среднего бизнеса, повышения их прибыльности в средне- и долгосрочном периодах.

Результаты диссертационного исследования и его научная новизна состоят в следующем:

во-первых, уточнены теоретико-методологические положения совершенствования маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса с учетом принципов ценностно-ориентированного подхода, включающие 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; определение основных элементов ценностно-ориентированного подхода в рамках маркетинга взаимоотношений; выделение основных источников формирования ценности взаимоотношений; формирование системы

факторов, оказывающих влияние на взаимоотношения целевых аудиторий на основе ценностного признака; обоснование принципов, закладываемых в основу маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса; формирование ее теоретико-методологической модели. Сформулированный подход придаёт стратегическую направленность развитию системы долгосрочных, взаимовыгодных отношений между целевыми аудиториями потребительского рынка мегаполиса на основе учёта потребительских ценностных ориентаций, лежащих в основе их ключевых потребностей.

во-вторых, усовершенствована методика 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, включающая: определение интегрального показателя потребительской ценности товара (услуги) на базе факторного анализа, определяемом с точки зрения значимости отдельных параметров для потребителя и степени их удовлетворенности; оценку степени вовлеченности потребительских сообществ и представителей бизнеса в процесс совместного создания ценности с учетом форм и частоты их взаимодействия. Данная методика позволяет оценить текущий уровень экономической эффективности деятельности потребительского рынка мегаполиса с целью выявления резервов ее повышения.

в-третьих, разработаны методические рекомендации по выбору стратегических направлений повышения экономической эффективности потребительского рынка мегаполиса с учетом принципов ценностно-ориентированного подхода, включающие: алгоритм построения матрицы выбора направлений развития потребительского рынка мегаполиса в зависимости от уровня потребительской ценности и степени вовлеченности потребителей в процесс ее создания и матрицы согласования стратегий взаимодействующих сторон; комплекс стратегий развития потребительского рынка мегаполиса в рамках ценностно-ориентированного подхода.

Отмечая актуальность исследования и новизну защищаемых аспирантом положений, следует в качестве замечаний и пожеланий автору в дальнейшей работе высказать следующие соображения: необходимо добавить уточняющий комментарий по определению репрезентативности выборки во избежание появления дальнейших разночтений. Кроме того, автор нечетко сформулировал направления дальнейших исследований по данной проблематике. Наконец, из текста научно-квалификационной работы не совсем ясно, насколько применима методика, предлагаемая для предприятий общественного питания г. Екатеринбурга, на рынках других мегаполисов. Однако отмеченные выше замечания не снижают научную ценность и практическую значимость исследования аспиранта.

Основные результаты диссертационного исследования апробированы в выступлениях с докладами на 28 научных конференциях, а также опубликованы в 7 статьях научных журналов, включенных в Перечень

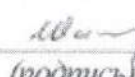
изданий ВАК, один из которых (Журнал Экономической Теории) также входит в базы данных Russian Science Citation Index (RSCI) в системе Web of Science.

Таким образом, диссертационная работа является самостоятельным научным исследованием, содержащим научно-обоснованные теоретико-методологические и практические результаты, которые обладают новизной и являются решением научной задачи повышения эффективности деятельности компаний на рынке общественного питания и их прибыльности за счет удержания своих ключевых клиентов. Автором достигнута поставленная цель научно-квалификационной работы – развитие теоретико-методологических положений и разработка методического инструментария маркетинга отношений в рамках совершенствования маркетинговой стратегии развития потребительского рынка мегаполиса.

Выводы, основные научные положения и рекомендации аспиранта серьезных возражений не вызывают.

Вышеизложенное дает основание заключить, что диссертационная работа отражает высокую квалификацию Седельникова В.М. как исследователя. Представленный к защите научный труд отвечает требованиям положения о научно-квалификационной работе аспирантов (диссертации), утвержденного на заседании Ученого совета ФГБУН Института экономики УрО РАН, протокол №3 от 23.03.2017, а автор достоин присвоения квалификации «Исследователь. Преподаватель-исследователь».

Рецензент


(подпись)

Шопошиников В.А.
(ФИО)

д.э.н., доцент, ведущий научный
(должность,

ученая степень, ученое звание)

«13» августа 2020 г.

сотрудник, Сектор
регионального предпринимательства
политики, ИЭУ УрО РАН

МП

ПОДПИСЬ ЗАВЕРЯЮ
Главный специалист по кадрам
ФГБУН Института экономики УрО РАН
Бузанова Е.А.

