

В совет по защите диссертаций на соискание
ученой степени кандидата наук, на соискание
ученой степени доктора наук Д 212.354.20
на базе ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
Государственный экономический университет»
191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д.21

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Краснова Алекса Сергеевича на тему
«Стратегии сегментирования потребителей новых товаров в условиях
цифровой экономики», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и
управление народным хозяйством (маркетинг)

Несмотря на обилие публикаций и теоретических материалов в области сегментирования потребителей, практика сегментирования значительно опережает теорию из-за прорывного развития цифровой среды как площадки для совершения товарно-денежных операций, продвижения товаров и услуг. Данное исследование решает проблему сокращения разрыва между теорией и практикой сегментирования потребителей на рынке новых товаров, как одного из самых динамичных рынков.

Представленный автореферат достаточно полно и логично представляет авторское исследование, доказывая необходимость изменения стратегий сегментирования потребителей в цифровой среде для новых товаров. Автор базируется на существующих принципах и подходах к сегментированию, на теоретических моделях диффузии инноваций Э. Роджерса и Ф. Басса, модели жизненного цикла товара, а также модели потребительского решения Р.Д. Блэкуэлла, П. Миниарда и Дж. Энджела. Систематизация характеристик потребителя, формирующих его портрет в цифровой среде, и методов исследования их исследования способствовали развитию работы в части формирования стратегии сегментирования с учетом принятия потребителями новых товаров и их роли в осуществляемых ими коммуникациях на этапе вывода товара на рынок.

Автор в рамках работы демонстрирует умение использовать научно-исследовательский инструментарий и владение качественными и количественными методами сбора и обработки данных, результатом чего становится доказательство гипотезы о наличии взаимосвязи между сегментированием потребителей с учетом характеристик сегментирования и роли потребителя в осуществлении коммуникаций и эффективностью вывода нового товара на потребительский рынок.

Важным достоинством работы является наличие обоснованного и полного набора компонентов, выделенных автором как необходимые элементы для формирования стратегии, включающие в себя принципы сегментирования, позволяющие выработать целевые ориентиры стратегии, подходы к сегментированию потребителей в условиях цифровой экономики, раскрывающего этапы формирования и расширения целевых сегментов с учетом специфики цифровой среды, а также алгоритмы сегментирования потребителей новых товаров в условиях цифровой

экономики с ориентацией на лидеров мнений и потребителей с учетом динамических характеристик их цифрового портрета

Таким образом, исследование представляется логичным, законченным и самостоятельным.

В то же время имеется ряд вопросов, которые не нашли должного отражения в автореферате.

1. Автор производит уточнение определения «потребитель нового товара» (стр.8), однако из автореферата не очевидно различие между определением «новый товар» и «инновационный товар».
2. На рис. 5 (стр.14) отражены два этапа реализации стратегии сегментирования товара в рамках нового подхода, однако на рисунке происходит наложение одного этапа на другой. Исходя из этого непонятно, есть ли переходный момент между этапами или формирование сегментов является общим как для Этапа 1, так и для Этапа 2?

Тем не менее, основные положения, представленные в автореферате, заслуживают положительной оценки и не представляются дискуссионными.

Это позволяет положительно оценить исследование и представленный автореферат диссертации Краснова А.С. на тему «Стратегии сегментирования потребителей новых товаров в условиях цифровой экономики» как научно-квалификационное, самостоятельное и законченное исследование, обладающее научным единством, содержащее новые научные результаты и положения, обеспечивающие вклад автора в развитие вопроса сегментирования потребителей в цифровой среде.

Работа соответствует критериям пунктов 9 и 10 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842, а автор диссертации Краснов Алекс Сергеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

«27» апреля 2021 г.

Доктор экономических наук,
Заведующий кафедрой маркетинга,
коммерции и логистики



И.М. Романова

ФГАОУ ВО «Дальневосточный
федеральный университет»
690922, г. Владивосток, о. Русский,
п. Аякс, 10, корпус G, каб. 603
e-mail: rim.6767@mail.ru;
romanova.im@dvvfu.ru

