

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу Краснова Алекса Сергеевича на тему «Стратегии сегментирования потребителей новых товаров в условиях цифровой экономики», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – маркетинг)

Цифровизация экономики, неуклонный рост пользователей Интернет и электронной коммерции обусловили **актуальность** избранной соискателем темы. В тоже время, вопросы теории и практики сегментирования рынка с учетом цифровизации не получили достаточного развития в научной литературе.

Обоснованность и достоверность выводов обеспечены ориентацией автора на труды ведущих отечественных и зарубежных ученых, апробацией основных результатов исследования в научных статьях и на конференциях различного уровня, а также апробацией предложенных методик на данных трех рекламных кампаний, проводимых в социальных сетях.

Результаты исследования, обладающие по мнению автора, признаками научной новизны:

- 1) Уточнено содержание понятий "цифровой портрет потребителя", "новый товар", позволяющих определить объекты взаимодействия и их характеристики в условиях цифровой экономики;
- 2) Обоснована система принципов сегментирования, позволяющих выделять группы интернет-потребителей, приобретающих новые товары в условиях цифровой экономики;
- 3) Произведено уточнение модели диффузии нового товара на разных сегментах рынка в цифровой среде;
- 4) Обоснована система характеристик потребителя, позволяющих производить сегментирование в рамках цифровой среды;

5) Разработан подход к сегментированию потребителей в условиях цифровой среды;

6) Разработан алгоритм сегментирования интернет-потребителей на рынке новых товаров в условиях цифровой экономики;

Общая характеристика работы

Диссертация, представленная на отзыв, состоит из трех разделов, раскрывающих тему исследования, и включающих анализ теоретических основ стратегии сегментации рынка, исследование характеристик потребителей в условиях цифровой среды и разработку алгоритмов сегментирования потребителей рынка B2F.

Автором обоснована необходимость совершенствования процедуры сегментирования потребителей, особенно для новых товаров. Опираясь на классические и современные стратегии сегментации рынка, автор выделяет три ключевых компонента при разработке новой стратегии, ориентированной на сегментирование потребителей новых товаров: принципы, подходы и алгоритмы.

Диссертационная работа Алекса Сергеевича Краснова – это завершённое научное исследование, представленное на 156 страницах, включая список литературы, включающий 122 научных публикации отечественных и зарубежных авторов.

Теоретическая значимость диссертационной работы. Автором сформированы принципы построения модели диффузии нового товара на потребительском рынке в цифровой среде за счёт совмещения модели Роджерса-Басса с жизненным циклом товара и модели Энджела-Блэкуэлла-Миниарда, что позволило обосновать распределение рекламных усилий по продвижению нового товара во времени и для различных групп потребителей.

Разработана система характеристик, составляющих цифровой портрет потребителя, выделены статические и динамические характеристики потенциальных потребителей и критерии сегментирования на рынке B2F.

Автором обоснован и сформирован подход и алгоритм сегментирования потребителей в рамках нового комплекса продвижения товара через рынок В2F, ориентированный в первую очередь на «лидеров мнения» и динамические элементы характеристик потребителей.

Практическая значимость заключается в возможности использования методических разработок автора, таких как алгоритм сегментирования потребителей, в том числе с учетом статических и динамических характеристик в процессе сегментирования рынка В2F.

Отдельные недостатки и замечания диссертационной работы. Полученные автором в ходе исследования результаты безусловно оцениваются положительно, но в то же время вызывают ряд замечаний.

1. Исследуя вопросы, связанные с инновациями, следовало ознакомиться с Руководством Осло – рекомендациями по сбору и анализу данных по инновациям.

2. Не вполне понятно за счет чего «Предложенный автором комплекс продвижения не смотря на прогнозируемый рост эффективности коммуникаций и продвижения товара требует привлечения больших ресурсов, чем традиционный комплекс продвижения» (с. 125).

3. Вызывает сомнение адекватность полученной автором модели – уравнения регрессии, поскольку $R^2 = 0.0504$, и оценка модели в целом по критерию Фишера не выполнена, хотя проведена оценка качества регрессионной модели по отдельным параметрам.

4. Имеются недостатки в оформлении.

Указанные недостатки не изменяют общей положительной оценки диссертационной работы Алекса Сергеевича, но требуют пояснения в ходе защиты.

Краснов Алекс Сергеевич опубликовал 26 научных работ в том числе в 3 публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ, 7 статей проиндексированы в базе Scopus.

Автореферат диссертации адекватно отражает результаты исследования, выполненного соискателем.

Заключение о соответствии диссертации требованиям ВАК РФ.

В целом диссертационная работа «Стратегии сегментирования потребителей новых товаров в условиях цифровой экономики» является законченным научным исследованием и в полной мере соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям. Автор заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата экономических наук по специальности 8.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – маркетинг).

Официальный оппонент:

доцент кафедры маркетинга

ИУЭиФ К(П)ФУ, к.э.н.

(8.00.05 – Экономика и управление

народным хозяйством), доцент



Е.С. Рольбина



Председателю совета по защите диссертаций
на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание
ученой степени доктора наук Д 212.354.20
д.э.н., проф., Максимцеву И.А.
от Рольбиной Елены Сергеевны
паспорт: 9202 № 914030 выдан
УВД Вахитовского района г. Казани 02.02.2002
зарегистрированного по адресу: 420020, г. Казань, ул.
Бутлерова, дом 34а, кв. 16
моб. тел. 8(986)9207037
email: Elena.Rolbina@ksu.ru

СОГЛАСИЕ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

Я, Рольбина Елена Сергеевна, согласна выступить в качестве официального оппонента на защите диссертации Краснова Алекса Сергеевича на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему: «Стратегии сегментирования потребителей новых товаров в условиях цифровой экономики», специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

В соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» настоящим даю согласие Федеральному государственному бюджетному образовательному учреждению высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (далее – ФГБОУ ВО СПбГЭУ, место нахождения: 191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21) на обработку моих персональных данных, включая сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, передачу (распространение, предоставление, доступ), блокирование, удаление, уничтожение персональных данных. Согласие дается свободно, своей волей в целях включения персональных данных в аттестационное дело и защиты диссертации. Обработка персональных данных осуществляется ФГБОУ ВО СПбГЭУ не дольше, чем этого требуют цели обработки персональных данных.

Согласие распространяется на следующие персональные данные: фамилия, имя и отчество, ученая степень, ученое звание, шифр специальности, по которой защищена диссертация, место основной работы и должность, контактный телефон и e-mail, научные публикации в вышеуказанной сфере.

Также подтверждаю, что даю согласие на размещение полного текста отзыва на диссертацию на корпоративном портале (сайте) ФГБОУ ВО СПбГЭУ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу www.unecon.ru с момента подписания настоящего согласия и на 7 месяцев со дня защиты диссертации.

О себе сообщаю следующие данные:

Фамилия, имя, отчество	Рольбина Елена Сергеевна
Ученая степень (№ диплома)	Кандидат экономических наук, диплом ЭК № 012677 от 02.06.1982 г.
Шифр и название научной специальности, по которой защищена диссертация	08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством по отраслям и сферам деятельности
Ученое звание (по кафедре или специальности; № аттестата)	Доцент, диплом ДЦ № 021021 от 23.10.1996 г.
Полное наименование организации, являющееся основным местом работы, адрес	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» 420008, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, д.18.
Занимаемая должность (с указанием структурного подразделения)	Доцент кафедры маркетинга

Основные публикации по профилю оппонируемой диссертации

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки России

1. Рольбина Е.С. Современный подход к исследованию удовлетворенности потребителей качеством медицинских услуг / Рольбина Е.С., Новикова Е.Н., Шарафутдинова Н.С., Мартынова О.В. // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2020. - №3 (141). - С. 238-250.
2. Рольбина Е.С. Исследование возможностей влияния инструментов маркетинга на детерминанты спроса на потребительские товары / Рольбина Е.С., Новикова Е.Н. // Казанский экономический вестник. - 2019. - № 3 (41). - С. 40-46.
3. Рольбина Е.С. Стратегия развития предприятия / Рольбина Е.С., Бенкуидер Н. // Казанский экономический вестник. - 2018. - № 1 (33). - С. 10-15.
4. Рольбина Е.С. Рынок легковых автомобилей России: основные тренды и перспективы развития / Вафин Л.Р., Рольбина Е.С., Хаметова Н.Г. // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 2-2 (79). - С. 1181-1190.
5. Рольбина Е.С. Технология совмещения качественных и количественных методов исследования / Рольбина Е.С. // Казанский экономический вестник. - 2017. - № 1 (27). - С. 104-109.
6. Рольбина Е.С. Анализ эффективности маркетинговых коммуникаций ХК "АК БАРС" / Каленская Н.В., Рольбина Е.С., Садреев Б.Р. // Казанский экономический вестник. - 2017. - № 4 (30). - С. 68-73.

Статьи, индексируемые в БД Scopus и WoS

7. Rolbina, E.S. Analysis and assessment of quality of medical services in conditions of digital transformation / Rolbina, E.S., Novikova, E.N., Sharafutdinova, N.S., Martynova, O.V., Akhmetshin, R.M. // Advances in Intelligent Systems and Computing. -2020. – 908. - с. 693-702

8. Rolbina, E.S. MODELING OF AN ENTREPRENEURIAL INFRASTRUCTURE SUPPORT SYSTEM IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN / Palyakin R.B., Akhmetshin R.M., Rolbina E.S. // IOAS journal Multidisciplinary Social Science & Management. - 2019. - Vol.10, S1 - P.162-167
9. Rolbina, E. Sequential method of client portfolio optimization / Rolbina, E. // Journal of Engineering and Applied Sciences. – 2017. - 12(19). - P. 4985-4989
10. Rolbina, E.S. TRADE NETWORK'S PRODUCT RANGE MANAGEMENT / Rolbina, E.S. // Academy of Strategic Management Journal. – 2016. - 15(SpecialIssue1)/ - P. 83–91
11. Rolbina, E. Marketing basis for structure and turnover of retail and office center / Rolbina, E., Khametova, N. // Research Journal of Applied Sciences, 2016. - 11(11)/ - P. 1178–1183
12. Rolbina, E.S. Marketing foundation for retail and office center's tenant mix / Rolbina, E.S., Kalenskaya, N.V., Novenkova, A.Z., Ukpere, W.I. // Problems and Perspectives in Management. – 2016. - 14(1). – P. 228–234

Официальный оппонент

Кандидат экономических наук, доцент
 Доцент кафедры маркетинга
 ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»



/Е.С. Рольбина/

