

## ОТЗЫВ

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

Активное внедрение технологий сквозной цифровой аналитики в современной экономике и маркетинге позволило по-иному взглянуть на вопросы эффективности сегментирования потребителей, что сделало возможным применение новых бизнес-моделей, отличающихся от традиционных умением агрегировать многообразие продуктов и услуг рынка для формирования персонализированных потребительских предложений и получения точных релевантных потребительских реакций.

Диссертационное исследование Краснова А.С. представляется логически выстроенным, а анализируемые автором отечественные и зарубежные источники по направлению исследования отражают достоверность полученных результатов и положений.

Представленная работа обладает научной новизной и направлена на решение важной задачи повышения эффективности сегментирования потребителей в цифровой среде на этапе вывода нового товара на рынок. Особенно актуальным с научной точки зрения представляется изменение подходов к формированию стратегии сегментирования потребителей новых товаров. Если традиционный подход сегментирования ориентирован на статичный целевой рынок, то новый подход предлагает рассматривать целую совокупность целевых рынков в разные временные периоды с учетом новаторских характеристик потребителей, их активности при ведении неформальных коммуникаций в цифровой среде.

Предложенные автором методические решения по формированию и реализации стратегии сегментирования потребителей в условиях цифровой экономики, раскрывают этапы формирования и расширения целевых сегментов с учетом специфики цифровой среды, алгоритмы стратегий сегментирования потребителей новых товаров в условиях цифровой экономики, процессы сегментирования с учетом динамических характеристик потребителей и с ориентацией на лидеров мнений. Методические положения позволяют более точно и целенаправленно управлять маркетинговыми усилиями при выводе нового товара на рынок, что обеспечивает рациональное использование бюджета и мультипликативный эффект маркетинговой поддержки продаж нового товара на потребительском рынке.

Однако, из содержания автореферата, в части изучения научных результатов не сложилось понимания, насколько применимы методические разработки автора для деловых рынков.

В качестве замечания также можно отметить необходимость уточнения критериев сегментирования Лидеров мнений (инфлюенсеров) в предложенном на странице 13 автореферата (рисунок 4) подходе сегментирования потребителей рынка B2F.

Заметим, что замечания по тексту автореферата диссертации носят характер рекомендаций и не снижают высокого уровня проделанной автором работы.

Диссертационное исследование соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук (утверждено Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842), а его автор - Краснов Алекс Сергеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управления народным хозяйством (маркетинг).

Д-р экон. наук, профессор  
кафедры торгового дела и маркетинга  
Института торговли и сферы услуг  
ФГАОУ ВО СФУ

Л.В. Юшкова



ФГАОУ ВО СФУ	
Подпись	Юшкова Л.В. заверяю
Начальник общего отдела	Юшкова Л.В.
« 29 »	20 21 г.