

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертационную работу

Чепелевой Ирины Алексеевны на тему:

«Поведение потребителей как индикатор эффективности маркетинговых стратегий на рынке детских товаров»,

представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Актуальность выбранной темы. Диссертация посвящена актуальной проблематике, поскольку современный рынок товаров для детей представляет собой комплексную, динамично развивающуюся систему, характеризующуюся высокой конкурентной средой и быстрыми трансформациями потребительских предпочтений. В этих условиях исследование потребительского поведения приобретает критическую важность для разработки и адаптации результативных маркетинговых стратегий. Эффективность маркетинговых стратегий базируется на глубоком понимании специфики целевой аудитории, а также на дифференциации продукта от конкурирующих аналогов, учитывая уникальные характеристики рынка детских товаров и услуг.

Предпочтения потребителей выступают ключевым детерминантом успешности реализуемых маркетинговых стратегий. Анализ потребительского поведения является фундаментальным инструментом оценки эффективности применяемых маркетинговых подходов, направленных на оптимизацию деятельности предприятий, осуществляющих деятельность в сегменте детских товаров. Изучение потребительских предпочтений позволяет предприятиям адекватно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и формировать конкурентные преимущества.

В этой связи диссертационная работа на тему «Поведение потребителей как индикатор эффективности маркетинговых стратегий на рынке детских товаров», ее цель и задачи, поставленные диссертантом, являются, безусловно, актуальными.

Работа автора вносит значительный вклад в развитие науки о маркетинге, предлагая новые подходы и решения для повышения эффективности маркетинговых стратегий на рынке детских товаров.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций. Заявленная автором цель, которая состоит в изучении и усовершенствовании маркетинговых стратегий на рынке детских товаров путем разработки теоретических и научно-практических рекомендаций, основанных на исследовании поведения потребителей как индикатора их

эффективности, благодаря решению методологически, теоретически и логически поставленных задач достигнута. В этом аспекте доказано, что поведение потребителей на рынке детских товаров, формируемое под влиянием комплекса маркетинговых факторов, выступает ключевым индикатором, позволяющим предприятиям отрасли оценивать, прогнозировать и повышать эффективность своих маркетинговых стратегий через оперативное реагирование на изменения потребительских предпочтений и стратегическое прогнозирование маркетинговых мероприятий в рамках концепции маркетинга на рынке детских товаров.

Прослеживается логичность построения диссертационной работы, где в трех разделах последовательно излагаются теоретические аспекты поведения потребителей в современном маркетинге на рынке детских товаров, маркетинговые исследования рынка детских товаров, маркетинговые стратегии на рынке детских товаров.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили результаты реализации современных концепций маркетинга, адаптированных к особенностям целевой аудитории на рынке детских товаров. Использование информационных ресурсов включало статистические данные, отчеты организаций, а также результаты опросов потребителей, что позволило получить конкретные данные об особенностях поведения потребителей на рынке детских товаров.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом научной специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в частности: 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов; 10.6. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш; 10.9. Поведение потребителей как фактор определения маркетинговых стратегий.

Представленная диссертационная работа выполнена в соответствии с требованиями научного стиля, демонстрируя грамотное использование научной терминологии и методологии. Автор проводит корректную и аргументированную полемику с существующими в данной области знаний точками зрения, подкрепляя свои аргументы аналитическими данными. Выводы и рекомендации, сформулированные в работе, имеют не только теоретическое, но и экономическое обоснование, что повышает их практическую значимость. Структура диссертации отличается четкостью и логичностью, материал изложен последовательно и соответствует заявленным целям исследования. Важным достоинством работы является

внутренняя непротиворечивость представленных данных, их полнота и достоверность, что позволяет автору аргументировано обосновать выносимые на защиту положения и сделать соответствующие выводы, вносящие определенный вклад в развитие исследуемой научной области.

Работа характеризуется как логичностью построения и аргументированностью основных положений в рамках заявленной методологии, так и корректным обращением с первоисточниками. Автор удачно обобщает материал в виде рисунков и таблиц, что значительно облегчает восприятие содержания диссертации.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций. Диссертационная работа является результатом самостоятельных научных исследований автора. Все научные положения, результаты и изложенные в диссертации и выносимые на защиту выводы получены автором лично и являются научно обоснованными и достоверными, что подтверждается глубоким анализом научной информации при помощи различных методов: общенаучные и специализированные методы, а именно индукции и дедукции, анализа и синтеза (выявлены особенности в трансформации поведения потребителей), способ сравнения, группировки, обобщения и систематизации информации (предложен научно-методический подход к формированию комплексной системы индикаторов оценки социально-экономического состояния индустрии детских товаров); контент-анализа (изучены тенденции и доказана актуальность исследований проблематики поведения потребителей как индикатора эффективности маркетинговых стратегий на рынке детских товаров), анкетирования, сегментации, аналитический метод (мониторинг состояния и тенденций развития отечественного и мирового рынка детских товаров), системного и причинно-следственного анализа (SWOT-анализ, маркетинговые стратегии на рынке детских товаров с учетом нескольких сценариев развития), моделирование (модель потоков маркетинговой информации на рынке детских товаров, когнитивные модели взаимосвязей социально-экономических показателей, модели полиномиальной регрессии, описывающие достоверность прогнозирования социально-экономических индикаторов), матричный метод (матрица индикаторов сенсорного маркетинга на рынке детских товаров, матрица стратегий продаж с учетом мотивов потребительского поведения целевой аудитории на рынке детских товаров), метод экспертных суждений с применением математического аппарата.

В диссертации И.А. Чепелевой сформулирован и обоснован ряд положений и выводов, которые характеризуются научной новизной.

К основным научным результатам диссертационной работы относятся:

1. Концепция факторности маркетинга на рынке детских товаров, основанная на авторской дифференциации факторов, формирующих поведение потребителей в процессе принятия решения о покупке, и отличается основными переменными, оказывающими влияние на вовлеченность детей в процесс покупки, что позволяет выявлять наиболее выраженные мотивы потребителей рынка детских товаров.

2. Модель потоков маркетинговой информации на рынке детских товаров, состоящая из блоков субъектов рынка детских товаров, их потребностей и выявленных особенностей, которые отличаются конкретизацией наполненности потоков маркетинговой информации, что позволяет в разрезе индикаторов поведения потребителей эффективно разрабатывать, уточнять и оценивать маркетинговые мероприятия с целью совершенствования общего маркетингового процесса предприятия на рынке детских товаров.

3. Комплексная система индикаторов оценки социально-экономического состояния индустрии детства, состоящая из выделенных автором индикаторов социально-экономического развития страны, которые отличаются критериями детского материального положения, экономической платформой рынка, уровнем детского развития, защищенностью детей-инвалидов и индексом детского субъективного благополучия, что позволяет рассмотреть возможность дополнения существующей номенклатуры стандартных индикаторов.

4. Комплекс стратегий маркетинга предприятий на рынке детских товаров, который отличается ориентацией на дифференциацию сценариев развития данной индустрии, что позволяет повысить эффективность применения определенных стратегий в зависимости от фактической реализации спрогнозированных сценариев на рынке детских товаров.

5. Процесс маркетингового стратегирования по воздействию на поведение потребителей на рынке детских товаров, который отличается дифференцированной реализацией предприятиями стратегий развития, улучшения, защиты и предупреждения в зависимости от идентифицированных тактик поведения потребителей, что позволяет структурировать двунаправленный результат обеспечения положительного потребительского опыта и коммерческой выгоды производителей и дистрибьюторов через оперативное реагирование и стратегическое прогнозирование.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии теоретико-методических подходов к сущности маркетинговых стратегий на

рынке детских товаров через призму поведения потребителей как индикатора эффективности применяемых стратегий.

Практическая ценность исследования состоит в разработке научно-методических рекомендаций по осуществлению маркетинговой стратегической деятельности на рынке детских товаров в контексте индикаторности поведения потребителей. Наиболее важное практическое значение имеют следующие разработки: категориальный комплекс индикаторов сенсорного восприятия детских товаров, который позволяет выявить наиболее эффективные к применению приемы сенсорного маркетинга при продвижении отдельных групп детских товаров; матрица основных переменных, оказывающих влияние на вовлеченность ребенка в процесс покупки и потребления; маркетинговый подход в разрезе фокус-групп в контексте потребительского поведения детей, способствующий адаптации предложений и маркетинговых стратегий предприятия с целью обеспечения конкурентного преимущества на рынке питания для детей среднего и старшего школьного возраста; матрица стратегий продаж с учетом мотивов потребительского поведения целевой аудитории на рынке детских товаров.

Работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», а именно, при выполнении одной финансируемой госбюджетной и одной хоздоговорной тем: «Развитие индикаторной системы социально-экономического развития страны в контексте маркетинга» (Рег. № НИОКТР 124012800515-1) и «Научно-методические рекомендации по стратегической деятельности на рынке детских товаров» (№217/хт/2024 от 07.11.2024 г.).

Список работ, опубликованных автором, в полной мере отражает степень апробации результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационной работы опубликованы в 18 научных трудах, в том числе: 3 коллективных монографиях, 5 статьях в рецензируемых научных изданиях и 10 работах апробационного характера. Объем печатных трудов и их количество соответствуют требованиям ВАК РФ, предъявляемым к публикациям основного содержания диссертации на соискание ученой степени кандидата наук.

Содержание автореферата отражает основные положения диссертации. Работа соответствует области исследования специальности паспорта специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Дискуссионные положения и замечания. Учитывая положительное впечатление от результатов исследования и их научную новизну,

представленных Чепелевой И.А., а также отмечая теоретическую и практическую значимость положений и выводов диссертационной работы, необходимо высказать ряд замечаний и указать на некоторые дискуссионные моменты в диссертации:

1. В таблице 1.1 (стр. 29) представлен прогноз динамики публикаций по исследуемым дефинициям поведения потребителей на рынке детских товаров. Однако описательная составляющая данной таблицы недостаточно учитывает воздействие различных факторов в прогнозных периодах.

2. В таблице 3.5, представленной на стр. 169, наблюдается несоответствие в описании методологии оценки факторов внешней и внутренней среды социально-экономического положения в контексте индустрии детских товаров. В таблице указан экспертный метод как основа для проведенной оценки, однако в примечании к таблице утверждается, что расчеты произведены автором. Необходимо уточнить и привести к единообразию описание используемой методики.

3. На рисунке 2.11, расположенном на стр. 121, представлена информация о нейминге общеизвестных торговых предприятий г. Донецка, специализирующихся на розничной торговле детскими товарами. Однако, недостаточно обоснован выбор исследуемых предприятий.

4. В разделе 2 (рис. 2.19, стр. 147) представлена комплексная система индикаторов оценки социально-экономического состояния индустрии детских товаров, в рамках которой указаны целевые аудитории рынка. Однако в работе отсутствует подробное объяснение взаимосвязи между представленными индикаторами и конкретными целевыми аудиториями. Необходимо дополнить исследование обоснованием того, каким образом каждый индикатор отражает состояние рынка для каждой из указанных целевых аудиторий.

5. В подразделе 3.2 (стр. 187) необходимо уточнить понятие «проактивные мероприятия» применительно к минимизации влияния слабых сторон национального рынка детских товаров в условиях внешних угроз. Следует описать, что именно подразумевается под проактивными действиями в данной области, какие конкретные меры могут быть к ним отнесены, и каким образом они способствуют снижению негативного воздействия внешних факторов и внутренних слабостей рынка.

Замечания, приведенные в тексте отзыва, носят в основном дискуссионный характер и не затрагивают обоснованность основных выводов и защищаемых положений работы. Их следует рассматривать как рекомендации для дальнейших исследований автора в выбранном направлении.

27.03.2025