

## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента на диссертацию Федоркиной Ирины Анатольевны на тему «Формирование и развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)**

*Актуальность выбранной темы исследования.* В современных условиях, характеризующихся быстрым изменением конъюнктуры рынка и активной конкурентной борьбой, большое значение имеет максимально полное удовлетворение потребностей населения с учётом реального и потенциального уровня доходов, эффективной деятельности предприятия и его рентабельности, которая является отражением маржинальности товаров в ассортиментной структуре. При этом кардинальных изменений требуют вопросы развития рынка высокомаржинальных товаров, с целью обеспечения непрерывного, инновационного и интенсивного развития предприятий пищевой промышленности как одной из важных отраслей национальной экономики, от деятельности которых зависит их финансово-экономическое состояние и удовлетворение потребностей людей в необходимых товарах и услугах.

Анализ исследований и публикаций по проблеме формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров показал, что интерес к этой проблеме есть как у учёных-исследователей рынка, так и представителей производителей и реального сектора торговли. Однако вопросу инновационной ориентации рынка высокомаржинальных товаров уделено недостаточно внимания, и это вызвало интерес и необходимость глубоких исследований формирования и развития рынка продовольствия в условиях инновационной ориентации. В этой связи работа Федоркиной И.А., посвященная вопросам развития рынка высокомаржинальных товаров на основе реализации инновационного подхода, является актуальной и своевременной.

*Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций.* Обоснованность выводов и рекомендаций, сформулированных

в диссертационной работе, базируется на научных концепциях и подтверждена корректным теоретическим обоснованием разработок российских, украинских и зарубежных ученых по проблемам развития рынка высокомаржинальных товаров, инновационного подхода к деятельности предприятий. Все результаты подтверждены исследованиями, проведенными на реальных данных деятельности производственных предприятий.

Достоверность результатов исследования подтверждается глубоким анализом представительного массива информации с применением различных методологических подходов, в частности анализа и синтеза – для обоснования дефиниции «высокомаржинальные товары» и практических рекомендаций по формированию стратегии роста предприятий пищевой индустрии и оптово-розничной торговли; системного и комплексного анализа – для исследования факторов, определяющих уровень финансово-экономического обеспечения предприятий; графического и табличного – для предоставления расчетов и конкретных результатов исследования; факторного и корреляционно-регрессионного анализа; экономико-математического моделирования.

Цель исследования заключается в разработке научно-методических подходов, обосновании концептуальной модели и механизма формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации. Ознакомление с содержанием диссертации показало, что сформулированные в работе задачи и выдвигаемые на защиту основные научные положения, в полной мере соответствуют поставленной цели и обеспечивают ее достижение.

В целом, диссертация свидетельствует о творческом исследовательском подходе автора к изучению маркетинговых процессов по формированию механизма развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации. Определенные положения позволяют сделать положительный вывод относительно научного уровня, достоверности анализа, экономической грамотности диссертанта, целесообразности теоретических обоснований и предъявляемых к защите положений.

Выводы и предложения соискателя в целом являются всесторонне обоснованными, дают полное представление о полученных результатах и направлены на формирование действенного механизма развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Содержание автореферата идентично основным положениям диссертации. В опубликованных трудах в полной степени изложено содержание диссертационной работы. Работа оформлена в соответствии с установленными нормами и стандартами. Терминология, стиль, язык изложения соответствуют принятым нормам научной литературы.

***Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций.*** Изучение диссертации и работ соискателя, анализ основательности научных положений позволяют сделать вывод, что в процессе решения поставленной в работе задачи получены следующие научные результаты:

1. Определена сущность и экономическое содержание дефиниций «высокомаржинальные товары» с акцентом на их отличительные черты в контексте потребительских предпочтений как основы формирования сегмента рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации; введено в научный оборот понятие «инновационная ориентация»; сформулировано определение категории «рынок высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации».

2. Усовершенствован парадигмальный подход к инновационной ориентации рынка продовольствия, который заключается в переходе инновационных пищевых продуктов из «цели» в «средство» существования осознанно ориентированных потребностей, соответствующих системной постнеоклассической экономической теории. Ее использование позволит обеспечить создание качественно новой, конкурентоспособной, высокомаржинальной продукции на основе использования законов и закономерностей инноваций в области технологий продукции.

3. Разработаны научно-методические подходы к формированию

классификации инновационных товаров (радикальные высокомаржинальные, улучшенные маржинальные, модифицированные низкомаржинальные), базирующиеся на характеристике влияния на потребителя как на компонент существования современной быстро развивающейся общественной системы смены жизненных приоритетов.

4. Предложена авторская классификация потребностей (витальные и осознанно ориентированные), использование которой в практике маркетинговой деятельности позволит на качественно новом уровне изучать потребительские предпочтения и, соответственно, более полно удовлетворять спрос потребителей.

5. В работе выявлены прогрессивные изменения в функциональности рынка продовольствия в условиях инновационной ориентации, предложено выделить рынок высокомаржинальных товаров как отдельный рынок, проведена сегментация рынка высокомаржинальных продовольственных товаров, в число которых входят продукты групп «ОРГАНИК», «ФРЕШ», «КРАФТ», «ЛАКШЕРИ», «ФАСТ-ФУД», а также продукты персонифицированного, здорового (правильного) и конфессионального питания. Данный сегмент рынка отличается от традиционных товаров инновационностью, высокими темпами развития в мире и востребованностью отечественным потребительским рынком.

6. Усовершенствована система целевых ориентиров и таргет-маркеров эффективности функционирования рынка высокомаржинальных продуктов и его отдельных сегментов, что позволило проанализировать ценовую интеграцию и выполнить вариативную оценку четырех предприятий пищевой промышленности Донецкой Народной Республики, функционирующих на рынке высокомаржинальных товаров.

7. Обоснован научно-методический подход к формированию классификации инноваций на современном продовольственном рынке за счёт введения таких дополнительных классификационных признаков, как: уровень удовлетворения потребителей (витальные и осознанно ориентированные); скорость реализации товаров (высоко-, низколиквидные); уровень

маржинальности товаров (высокомаржинальные, среднего уровня маржинальности, низкомаржинальные). Это позволило выделить сегменты современного рынка продовольственных товаров, разработать стратегии развития для сегмента высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

8. Предложена системно-динамическая модель формирования и сбалансированного развития рынка высокомаржинальных товаров ), которая позволяет обеспечить научно-техническую, маркетингово-организационную и финансово-экономическую готовность к инновационным изменениям, сформировать и выбрать стратегические направления в условиях турбулентности экзо- и эндофакторов и обосновать научно-практические рекомендации по внедрению результатов моделирования в систему управления сбалансированным развитием рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Результаты работы и ее достоверность подтверждаются апробацией основных идей на практике. Так, основные выводы и предложения, полученные в результате исследования, могут быть использованы предприятиями пищевой индустрии и оптово-розничной торговли на уровне региона, что подтверждено актами и справками внедрения от ЧП «Эдикт, «Дорс Элит+», ООО «Солариум-Логистик», Новороссийского торгово-промышленного общества. Основные идеи, положения и рекомендации диссертационной работы прошли апробацию на 5 конференциях разного уровня, которые проходили в Москве, Перми, Екатеринбурге, Донецке.

По результатам исследования опубликовано 15 научных публикаций, из которых: 6 статей в специализированных научных изданиях, 2 статьи в изданиях, которые включены в международные наукометрические базы.

**Замечания.** Положительно оценивая в целом основные положения диссертации, следует обратить внимание на дискуссионные вопросы.

1. Используя в диссертационной работе мультипарадигмальный подход, к развитию рынка продовольствия, не четко обозначены группы потребителей и

товаров при разработке инновационно-синергетической концепции.

2. Исследование общего состояния тенденции развития и полученных эффектов путем проведения мониторинга продовольственного рынка касается стран Украина, Россия. Каковы показатели продовольственной безопасности, потребления, здоровья, покупательской активности, инновации в Донецкой Народной Республике?

3. Исследование ценовой интеграции и вариативной оценки рынка высокомаржинальных товаров требует проведения сравнительного анализа с учетом сложной экономической ситуации на рынке Донецкой Народной Республики.

4. Алгоритм оценки возможности моделирования поведения потребителей в процессе принятия решения о покупке высокомаржинальных продовольственных товаров целесообразно представить отдельно с учетом влияния экзо- и эндо- факторов.

5. В диссертационном исследовании не достаточно уделено внимание маркетинговому подходу и факторам, оказывающим влияние на показатели конкурентоспособности товаров высокомаржинального направления.

6. Не выделено на достаточном уровне влияние выбранных стратегий инновационного развития кастомизации и всеобщего качества на современном продовольственном рынке высокомаржинальных товаров.

Однако высказанные замечания не умаляют значимости диссертационной работы для теории и практики развития рынка высокомаржинальных товаров на основе реализации инновационного подхода.

***Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней.***  
Диссертация Федоркиной Ирины Анатольевны выполнена на достаточно высоком научном уровне, является законченной научно-квалификационной работой, в которой получены не защищенные ранее новые научно обоснованные результаты, которые в совокупности решают научную задачу,

проявляющуюся в комплексной разработке научно-методических и практических рекомендаций по формированию и развитию рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

По актуальности темы, степени обоснованности и достоверности результатов, научной новизне и практическому значению диссертационная работа соответствует требованиям, предъявляемым к соискателям ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг, а ее автор, Федоркина Ирина Анатольевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Официальный оппонент,  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры маркетинга и логистики  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и  
государственной службы при Главе  
Донецкой Народной Республики»

  
Р.Н. Лизогуб



  
Начальник  
отдела кадров 

*Я, Лизогуб Римма Петровна, согласна с авторизованную  
обработку моих персональных данных.*

283015, ДНР, г. Донецк,  
пр. Б. Хмельницкого, 108,  
тел.: (062) 337-65-76,  
e-mail: f\_economica@dsum.org  
адрес сайта: <http://www.dsum.org>.