

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 избранной темы

В современных условиях одной из важных задач предприятий является активизация инновационной деятельности в области технологии и реализации товаров. Динамизм экономических процессов, обострение конкурентных отношений, финансовое напряжение и сложность реформационных преобразований, возрастающие требования потребителей к качеству товаров и услуг, обуславливают необходимость своевременного реагирования на изменение рыночной ситуации, принятия оптимальных с точки зрения затрат и эффективности управленческих решений, в том числе в области производства и реализации высокомаржинальных товаров.

За последние несколько лет на рынке высокомаржинальных товаров наблюдается рост потребительского спроса на продукты в секторе высокой ценовой политики, т.е. товары, имеющие перспективы роста рынка и оптимальные коэффициенты маржинальной прибыли. Закономерным при этом является определение инновационных характеристик товаров, способных обеспечить синергетический эффект потребления для достижения определенного уровня их потребительской ценности. Поэтому проблема формирования и развития сегмента рынка высокомаржинальных продуктов на сегодняшний день является достаточно актуальной, что обусловлено особенностями производства и реализации данной продукции, формирования их цены и качества.

Представленная диссертационная работа выполнена в соответствии с тематикой научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и является составной частью госбюджетной темы «Научно-инновационное решение проблемы персонификации питания» (Д–2014-15 государственная регистрация № 0114U000560); хоздоговорных тем: «Научно-методические рекомендации по усовершенствованию системы управления безопасностью на пищевом предприятии» (№ 814/2013); «Организация работы с товарами категории «ФРЕШ»» (№ 883/2014).

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций

Диссертационная работа Федоркиной Ирины Анатольевны на тему «Формирование и развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации» отличается самостоятельностью и законченностью, аргументированностью основных научных положений. Обоснованность научных результатов, выводов и рекомендаций подтверждается использованием спектра общенаучных и специальных методов исследования на разных этапах его проведения, а именно методов системно-структурный анализ, абстрактно-логический, функционально-логический и экономический анализ, научной абстракции, диалектический метод, метод сравнения, экспертных оценок, статистических группировок, а также инструментарий современных информационных технологий.

Автором использован комплексный и системный подход к решению проблем формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, на основе которых разработана инновационная модель управления рынком продовольствия.

Определенные и сформулированные в работе цель, объект и предмет исследования соответствуют выбранной теме диссертации. В работе содержится достаточно подробный анализ и критическая оценка научных взглядов отечественных и зарубежных ученых, статистических и нормативных источников информации.

Практическое значение диссертационной работы заключается в разработке конкретных рекомендаций, методик и предложений, которые будут способствовать оптимизации ассортимента, обоснованию концептуальной модели и механизма формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Стиль изложения материалов исследования, научных положений, выводов и рекомендаций отмечается логичностью и обеспечивает доступность восприятия. Исследование имеет концептуальный и прикладной аспекты, что характерно для научной работы.

Вышесказанное дает основание констатировать, что проделанная работа является логически завершенным экономическим исследованием, которое характеризуется широкой постановкой задач, оригинальностью подходов их решения, глубокой обоснованностью выводов и рекомендаций. Опубликованные научные работы и автореферат диссертации объективно и в полной мере раскрывают основные положения диссертационной работы,

полученные научные результаты, выводы и рекомендации, вынесенные на защиту, исчерпывающе характеризует цель, задачи, объект и предмет исследования.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций

Полученные в диссертации научные результаты в совокупности решают актуальную проблему, направленную на формирование и развитие сегмента рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации предприятий, имеющую важное значение для производства и сбыта высокомаржинального ассортимента продукции, что, в свою очередь, будет способствовать развитию экономики республики. Последовательность и логика обоснования научных положений представлены в трех разделах диссертации, каждый из которых характеризуется определенным вкладом в развитие теории и практики развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях его инновационной ориентации.

Профессиональная обработка исследовательского материала с использованием научного инструментария позволила автору сделать аргументированные выводы и доказать их достоверность.

В первом разделе диссертации исследован эмпирический базис и теоретические основы маржинальности в контексте общепринятой трактовки и современного понимания; определены составляющие инновационной ориентации рынка высокомаржинальных товаров; выявлены закономерности развития и основные маркетинговые технологии на рынке высокомаржинальных товаров.

Вызывает научный интерес предложенный автором парадигмальный подход к инновационной ориентации рынка продовольствия, фундаментальной основой которого являются законы и закономерности инноваций в области технологий продукции, как каркаса для создания качественно новой, конкурентоспособной, высокомаржинальной продукции.

Изучение проблем формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров позволили представить авторский комплексный подход к классификации потребностей и выделить потребности витальные и осознанно ориентированные, в основе которого лежит утверждение о том, что высокую маржу могут давать товары, удовлетворяющие потребности выше витального уровня.

Во втором разделе работы исследованы эндогенные и экзогенные

факторы формирования рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации; уточнены производственно-экономические приоритеты и потребительские предпочтения как основа формирования рынка высокомаржинальных товаров; осуществлён аналитический мониторинг отдельных групп рынка высокомаржинальных товаров; проведены анализ ценовой интеграции и вариативная оценка рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

На основании изученных устойчивых групп потребностей, мотивов и оснований потребления, потребительских предпочтений автором проведено сегментирование рынка высокомаржинальных товаров с учётом потребительских предпочтений и таргет-маркеров.

Анализ финансово-экономических индикаторов рынка высокомаржинальных товаров позволил построить оптимизационные модели формирования оптимальной структуры финансово-экономических показателей с учетом предварительно установленных требований и ограничений экспертами на финансовые коэффициенты.

В третьем разделе разработана система целевых ориентиров и таргет-маркеров эффективности функционирования рынка высокомаржинальных товаров и его отдельных сегментов; разработана динамическая имитационная модель прогноза сбалансированного развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях его инновационной ориентации и представлены научно-практические рекомендации по внедрению результатов моделирования в систему управления сбалансированным развитием рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Отличается научной новизной представленная автором системно-динамическая модель определения эффективности стратегии инновационной ориентации рынка высокомаржинальных товаров. Ее использование позволит обеспечить научно-техническую, маркетингово-организационную и финансово-экономическую готовность к инновационным изменениям, сформировать и выбрать стратегические направления в условиях турбулентности экзо- и эндофакторов.

Особо следует отметить предложенный перечень эталонных стратегий роста за счёт отнесения к ним стратегий кастомизации и всеобщего управления качеством (TQM) как весьма перспективных стратегий рынка высокомаржинальных продовольственных товаров в условиях инновационной деятельности. Автором определены структурные составляющие стратегии сбалансированного развития рынка

высокомаржинальных товаров (оптимальный ассортимент и минимальные отклонения от траектории сбалансированного и устойчивого развития) и предложен механизм формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях его инновационной ориентации.

Достоверность полученных результатов исследования основывается на глубоком изучении научных трудов отечественных и зарубежных ученых по проблемам маркетинга, экономики, финансов; законодательных и нормативных актов, работ ученых-экономистов. Все это позволило научно обосновать теоретические основы, методические положения и практические рекомендации по совершенствованию практики формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Замечания.

Подчеркивая важность проведенного исследования, отмечая его положительные стороны и оригинальный подход к решению поставленных в работе проблем, считаем необходимым остановиться на отдельных дискуссионных моментах и недостатках, которые нуждаются в дополнительной аргументации:

1. В третьем разделе работы (п. 3.2) автор предлагает обосновывать стратегию развития рынка высокомаржинальных товаров по трем составляющим: видовой, рыночной и ценовой и на этой основе проводить серию имитационных экспериментов. С учетом того, что базовые параметры представленной имитационной модели являются авторской позицией относительно концептуальных основ формирования стратегии развития рынка высокомаржинальных товаров возникает вопрос об универсальности использования этого инструментария, из-за наличия существенных различий в системе продаж на предприятиях и при различных условиях взаимодействия с потребителями, которые влияют на состав и структуру групп высокомаржинальных товаров.

2. Для проведения серии имитационных экспериментов в модели предусмотрен блок регулирования затрат, который определяет условия увеличения либо сокращения величины инновационных затрат на развитие высокомаржинального продовольственного рынка. Однако в работе не уточняются внутренние условия ограничения на объемы финансирования для сформированных групп высокомаржинальных товаров, которые регулируются, в том числе нормативными актами, требованиями к стандартам качества товаров и т.д.

3. Необходимо уточнение, почему именно системно-динамический подход выбран для разработки и реализации имитационной модели формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров. Известно, что например, дискретно-событийный и агентный подход, как методы имитационного моделирования так же позволяют спрогнозировать поведение экономических систем, определяя наилучшие варианты изменения указанных параметров.

4. В виду того, что представленная имитационная модель охватывает несколько сфер деятельности предприятия и декомпозиция комплексных показателей системно-динамической модели сбалансированного развития рынка высокомаржинальных товаров представляет собой многоуровневую иерархию, следовало бы указать, какой принцип разложения был положен в основу комплексного подхода - по аспектам, по целям, по видам, по времени либо смешанный, так как это является основой управленческих решений, которые будут приняты в последствии на основе результатов данных серии имитационных экспериментов.

5. Не отражена оценка отклонения структуры баланса от оптимальных значений с целью преодоления дефицита наиболее ликвидных активов предприятий пищевой промышленности.

Тем не менее, имеющиеся в работе дискуссионные положения и замечания не умаляют теоретической и практической значимости представленной диссертационной работы, которую в целом можно оценить положительно.

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным

п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней

Диссертация Федоркиной И.А. по содержанию, логике и структуре является завершенной, самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой на актуальную тему. Ее проблематика и уровень выполнения соответствуют требованиям времени. Стиль изложения материала характеризуется логичностью и последовательностью, наличием четких выводов по каждому разделу и в целом по результатам проведенного исследования. Соискателем получены научные обоснованные результаты, которые в совокупности решают проблему формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Тема и содержание диссертации соответствует профилю диссертационного совета Д 01.004.01 ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и паспорта специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг. Диссертация содержит вынесенные на публичную защиту теоретические обобщения, аналитические разработки, выводы и предложения, которые соответствуют общественным потребностям и служат развитию маркетинга как науки. Основные положения диссертации, вынесенные на защиту, содержат элементы научной новизны.

Таким образом, диссертация на тему: «Формирование и развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации» соответствует п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор – Федоркина Ирина Анатольевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Я, Припотень Владимир Юрьевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент,
доктор экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой менеджмента
ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный
технический университет»

В.Ю. Припотень

Государственное образовательное
учреждение высшего профессионального
образования Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный
технический университет»,
94204, ЛНР, г. Алчевск
пр-т Ленина, 16
тел.: (06442) 27960, (099) 1954824
адрес сайта: <https://dstu.education/ru/>

Подпись Припотня В.Ю. удостоверяю
Начальник ОК и Д



Д.В. Ткаченко