УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по науке ГОУ ВПО
«Донецкий национальный
университет», д.т.н., профессор
Данилов В.В.
«_24_» _05_ _____ 2017г.

# ОТЗЫВ

ведущей организации 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: маркетинг

## *Актуальность выбранной темы*

Развитие продовольственного рынка как важнейшей составляющей экономики связно с решением множества проблем, среди которых особое место занимает возможность удовлетворения потребностей людей в продовольствии, что зависит от развития производственной базы пищевой индустрии, а показателем эффективной деятельности любого предприятия является показатель рентабельности, который является отражением маржинальности товаров в ассортиментной структуре, при этом именно маржа выступает ключевым фактором ценообразования, рентабельности затрат на маркетинг, прогноза доходности и анализа прибыльности товарной единицы для каждого конкретного сегмента покупателей. Поэтому изучение проблемы формирования сегмента высокомаржинальных товаров является одним из важных направлений развития современного рынка продовольствия в нашем регионе.

Актуальность темы определяется недостаточной разработкой вопросов производства и реализации высокомаржинальных товаров, отсутствием маркетинговых технологий развития рынка таких товаров, а также отсутствием научно-методических подходов к осуществлению инновационной ориентации формирования и развития рынка продовольствия.

Основное внимание в работе уделено исследованию важной научной задачи по разработке научно-методических подходов и обоснованию концептуальной модели и механизма формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации на основе изучения теоретических и концептуальных положений относительно основ формирования и развития рынка продовольствия, изучении современного его состояния и выявлении предпосылок формирования рынка высокомаржинальных товаров, закономерностей и маркетинговых технологий его развития.

Выводы и рекомендации, полученные в диссертационной работе Федоркиной И.А. являются необходимыми для непрерывного развития

ДонНУЭТ
Вх. № 44 А
от 27 03 20 17 г.

предприятий пищевой промышленности и повышения эффективности их маркетинговой деятельности. Все вышеперечисленное обуславливает своевременность и актуальность темы диссертационного исследования, ее научное и практическое значение.

### *Основные научные результаты и их значимость для науки и производства*

Основные научные результаты, полученные автором:

1. Усовершенствован парадигмальный подход к инновационной ориентации рынка продовольствия, характерной особенностью которого является переход инновационных пищевых продуктов из «цели» в «средство» существования осознанно ориентированных потребностей, при этом выбор товара рассматривается сквозь призму наличия инновационных характеристик, способных обеспечить синергетический эффект потребления для достижения уровня ценностей, соответствующего системной постнеоклассической экономической теории;
2. Уточнена сущность и экономическое содержание дефиниций «высокомаржинальные товары», отличительной чертой которых является введение в научный оборот понятия «инновационная ориентация», основанного на базовых положениях теории сбалансированного развития торговой политики, взаимном согласовании экономических интересов при формировании единого целого.
3. Усовершенствован научно-методический подход к классификации потребностей с выделением витальных потребностей и осознанно ориентированных потребностей, в основе которого лежит утверждение о том, что высокую маржу могут давать товары, удовлетворяющие потребности выше витального уровня.
4. Предложена 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.
5. Разработана система целевых ориентиров и таргет-маркеров эффективности функционирования рынка высокомаржинальных товаров и его отдельных сегментов, что позволило дополнить перечень эталонных стратегий роста для рынка высокомаржинальных продуктов.
6. Определен перечень эталонных стратегий роста за счёт отнесения к ним стратегий кастомизации и всеобщего управления качеством (TQM), а также набор инструментов для их разработки и внедрения, в том числе с использованием международного опыта, систем управления качеством и безопасностью продуктов, путем развёртывания целевой функции качества, стимулирования потребительских предпочтений.
7. Усовершенствован 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).

8. Предложена концептуальная модель формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров с перспективой прогноза сбалансированного развития, основу которой составляет системно-динамическая модель сбалансированного развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях его инновационной ориентации, которая позволит сформировать и выбрать стратегические направления развития в условиях турбулентности экзо- и эндофакторов.

Значимость для науки результатов исследования заключается в том, что теоретические выводы развивают теоретические и концептуальные положения относительно основ формирования и развития рынка продовольствия, раскрывают предпосылки формирования рынка высокомаржинальных товаров, закономерности и маркетинговые технологии его развития.

Практическое значение результатов работы заключается в получении решений актуальных задач формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, направленных на повышение эффективности функционирования производственных предприятий на рынке продовольствия и результативность их маркетинговой деятельности.

Предложенные в работе рекомендации нашли применение в деятельности предприятий 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.

***Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации.***

Считаем целесообразным продолжить работу в области формировния и развития рынка потребительских товаров непродовольственной группы.

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы Федоркиной И.А. могут быть использованы в деятельности:

производственных предприятий пищевой отрасли при разработке стратегии их развития на основе реализации высокомаржинальных товаров;

высших учебных заведений при преподавании дисциплин «Товароведные аспекты маркетинга», «Техническое регулирование (Основы стандартизации, метрологии и управление качеством. Оценка соответствия)», «Сертификация», «Управление качеством и безопасность продовольственных товаров», а также при выполнении дипломных работ и магистерских диссертаций студентов экономических специальностей.

Интересными для практического использования предприятиями торговли являются: рекомендации по внедрению результатов моделирования в систему управления сбалансированным развитием рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации; система целевых ориентиров и таргет-маркеров эффективности функционирования рынка высокомаржинальных товаров и его отдельных сегментов; результаты сегментации рынка высокомаржинальных товаров; предложенные маркетинговые технологии на рынке высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Разработанные диссертантом теоретические и методические решения могут применяться отечественными предприятиями с целью повышения эффективности функционирования, усиления инновационной активности, поддержания конкурентных преимуществ на рынке.

***Общие замечания***

Отмечая безусловные преимущества работы, тем не менее, следует обратить внимание автора на ряд положений, которые требуют уточнения:

1. Требует большего теоретико-методологического обоснования, особенно с позиций закономерностей инновационного развития, теорий инновационного управления, концепций формирования институциональных траекторий инновационных процессов и т.д. авторский подход к определению сущности высокомаржинальных товаров, сущности высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

2. Предложенный автором парадигмальный подход к инновационной ориентации рынка продовольствия, следовало бы дополнить уществующими теориями инновационного управления.

3. Развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации требует финансовых затрат в течение длительного промежутка времени, однако автором для построения модели условной оптимизации были выбраны показатели, характеризующие текущие расчеты предприятия.

4. Апробацию результатов исследования автор проводит на примере таких предприятий Донецкой Народной Республики, как «Хлебозавод», г. Докучаевск, «Кулинария», г. Докучаевск, «Мясной цех», г. Докучаевск и «Детское питание», г. Макеевка, относя их к предприятиям, производящим высокомаржинальные товары в условиях инновационной ориентации. При этом не уточняется какие инновационные производства лежат в их основе, согласно авторского определения высокомаржинальных товаров.

Отмеченные замечания, тем не менее, не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки диссертационной работы.

***Заключение***

Диссертация Федоркиной И.А. представляет собой завершенную научно-исследовательскую работу, на актуальную тему, связанную с

разработкой теоретических и практических положений формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации предприятий пищевой промышленности. Новые научные результаты, полученные диссертантом, имеют существенное значение для экономической науки и практики. Выводы и рекомендации достаточно обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Научные работы, опубликованные автором по теме диссертационной работы, в полном объеме отражают положения, выводы и рекомендации, которые являются результатом проведенного исследования.

Содержание диссертационной работы соответствует паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Работа соответствует требованиям п.2.2 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Федоркина Ирина Анатольевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Отзыв обсужден и одобрен на заседании кафедры коммерции и таможенного дела Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» «23» марта 2017г., протокол № 4.

*Я, Белопольская Татьяна Владмировна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.*

Зав. кафедрой коммерции и таможенного дела ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», доктор экономических наук, профессор Т.В. Белопольская

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»
г. Донецк, ул. Челюскинцев, 198
тел.: +38 062 302 09 08
e-mail: donnu.rector@mail.ru

ПОДПИСЬ ЗАВЕРЯЮ

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ
М.Н. МИХАЛЬЧЕНКО