

**Заключение диссертационного совета Д 01.004.01 на базе
Государственной организации высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского» Министерства образования и науки
Донецкой Народной Республики
по диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук**

аттестационное дело № _____
решение диссертационного совета Д 01.004.01 от 11.04.2017г. № 7

О ПРИСУЖДЕНИИ

**Федоркиной Ирине Анатольевне,
ученой степени кандидата экономических наук**

Диссертация «Формирование и развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг) принята к защите «9» февраля 2017 г. (протокол № 3) диссертационным советом Д 01.004.01 на базе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 630 от 01.10.2015 г.

Соискатель Федоркина Ирина Анатольевна 1978 года рождения.

В 2000 году окончила Донбасскую государственную академию строительства и архитектуры и получила полное высшее образование по специальности «Экология». В 2002 году окончила Донбасскую государственную академию строительства и архитектуры и получила диплом магистра по специальности «Экология и охрана окружающей среды».

Работает старшим преподавателем кафедры естествознания и безопасности жизнедеятельности, по совместительству работает на кафедре товароведения и экспертизы продовольственных товаров Государственной организации высшего про-

фессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Диссертация выполнена на кафедре товароведения и экспертизы продовольственных товаров Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Малыгина Валентина Дмитриевна, ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», заведующая кафедрой товароведения и экспертизы продовольственных товаров.

Официальные оппоненты:

1. Припотень Владимир Юрьевич, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донбасский государственный технический университет».

2. Лизогуб Римма Петровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики».

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация - Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» в своем положительном заключении, подписанном доктором экономических наук, профессором, заведующей кафедрой коммерции и таможенного дела Белопольской Т.В. указала, что диссертация представляет собой законченную 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 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.

Основные положения диссертационной работы изложены в 15 научных публикациях, из которых: 6 статей в научных изданиях (4,37 п.л., из них лично автору принадлежит 2,74 п.л.), 2 статьи в изданиях, которые включены в международные наукометрические базы (0,95 п.л., из них лично автору принадлежит 0,82 п.л.), 1 статья в публикациях в других изданиях (0,25 п.л., из них лично автору принадлежит 0,25 п.л.), 6 тезисов докладов объемом 1,30 п.л. (лично автору принадлежит 0,80 п.л.). Общий объем публикаций соискателя составляет 4,61 п.л.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Федоркина, И.А. Экономико-технологический аспект производства товаров категории «ФРЕШ» / И.А. Федоркина // Менеджер. – Донецк: Вестник Донецкий государственный университет управления, 2015. - №1(71). - С. 213-217.

2. Оносова, И.А. Обоснование потребительских предпочтений в сегменте товаров категории «ФРЕШ» / И.А. Оносова, И.А. Федоркина // Менеджер. – Донецк, 2016. - № 2(76). - С. 102-107. *Личный вклад:* проанализировано современное состояние потребительских предпочтений в сегменте инновационных товаров категории «ФРЕШ», на основе маркетинговых исследований (0,37 п.л.).

3. Федоркина, И.А. Исследование рынка чая как сегмента высокомаржинальных товаров в контексте потребительских предпочтений / И.А. Федоркина // Конкурентное развитие территорий: маркетинг и логистика: сборник научных работ. Сер.: Экономика. - Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУ и ГС», 2016. - Выпуск 3. - С. 138-149.

4. Федоркина, И.А. Гедонистические предпочтения товаров как фактор самоутверждения, самореализации и самовыражения потребителей: теоретический аспект / И.А. Федоркина, В.Д. Малыгина, Н. Василева // Торговля и рынок: научный журнал. – Донецк, 2016 - №1. - С. 96-102. *Личный вклад:* исследованы гедонистические предпочтения современного человека в потреблении высокомаржинальных товаров (0,43 п.л.).

5. Малыгина, В.Д. ФРЕШ - продукты как сегмент рынка высокомаржинальных товаров / В.Д. Малыгина, А.Д. Гладкая, И.А. Федоркина // Торгово - экономический журнал. – Москва, 2016. - Т.3. - № 3. - С. 253-270. *Личный вклад*: проведен расчет интегрального показателя конкурентоспособности «ФРЕШ» - продуктов на примере яблочного сока (1,12 п.л.).

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доцентом, заведующей кафедрой экономики, экспертизы и управления недвижимостью ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» (г. Макеевка) Севкой В.Г. Отзыв положительный. Замечания: 1) требует уточнения насколько предложенная автором концептуальная модель формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации будет отличаться для товаров промышленной и продовольственной группы, высокорентабельных и с фиксированной невысокой рентабельностью, но со значительным спросом; 2) представленные на рис. 6 подходы к сегментированию рынка высокомаржинальных товаров содержат категории маржинальности от «низкого» до «высокого», однако уточнения требует привязка этих категорий к численным значениям рентабельности, объемов реализации, спроса или другим.

2. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой управления инновациями и организации производства ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет» (г. Вологда) Шичковым А.Н. Отзыв положительный. Замечания: 1) целесообразно уточнить, что именно включают в себя установленные требования и ограничения экспертов на финансовые коэффициенты (с. 13); 2) из автореферата непонятно, что именно включает в себя блок «Эффективность стратегии инновационной ориентации рынка ВМЖТ» (рис. 7, с. 15).

3. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующей кафедрой экономики предприятия природопользования и учетных систем ФГБОУ ВО «Российский государственный гидрометеорологический университет» (г. Санкт-Петербург) Курочкиной А.А. Отзыв положительный. Замечания: 1) обращаем внимание на неоднозначность категории «маржинальный». Целесообразно провести анализ данной категории дабы отбросить все сложности и неоднознач-

ность ее понимания. В экономической теории принято, что «маржинальный» - это предельный. Согласно Вашему исследованию вы рассматривает категорию «высокоприбыльный». Считаем, что «высокоприбыльный» или «сверхприбыльный» более рациональны для использования в Вашем исследовании; 2) Ваше исследование ориентировано на максимизацию выгоды производителей и продавцов без учета реальных доходов большинства населения нашего государства. Возникает вопрос о реальности достижения поставленных задач и целесообразности из реализации в нашей экономике.

4. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, заведующей кафедрой менеджмента Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиала) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет» (г.Севастополь) Цыбульской Л.А. Отзыв положительный. Замечание: в качестве замечания можно высказать, то, что на наш взгляд категория «высокомаржинальный» имеет более приемлемый синоним – «высокоприбыльный», который рационально использовать в рамках представленной на защиту работы, хотя и приводится авторское трактование данной категории (с. 7).

5. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры международной экономики Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет» (г. Донецк) Хоменко Я.В. Отзыв положительный. Замечаний нет.

6. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доктором юридических наук, доцентом, директором института управления в экономических, экологических и социальных системах ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» (г. Таганрог) Павловым П.В. Отзыв положительный. Замечания: 1) из автореферата не понятно, какие методы были использованы при проведении дискурс-анализа проблемы формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров (с. 10 автореферата); 2) требует уточнения авторская позиция по вопросу использования эндогенных и экзогенных факторов эффективности производства высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, представленная в концептуальной схеме исследования проблемы формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров (с. 11 автореферата).

7. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента Института экономики и бизнеса ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко» (г. Луганск) Ильиным И.В. Отзыв положительный. Замечания: 1) желательно было бы более подробно прокомментировать схему на рис. 4, в том числе – что автор понимает под витальными потребностями; 2) на с. 16 указывается, что «показатели общего уровня объема продаж и доли продаж обновленных (инновационно-ориентированных) высокомаржинальных товаров влияют на показатель видовой эффективности, а показатели объема реализованной высокомаржинальных товаров и суммы всех затрат на ее производство и реализацию влияют на показатель ценовой эффективности». Следовало бы представить логическое доказательство этого утверждения.

8. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, проректором по научной работе и инновациям ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса» (г. Курск) Кликуновым Н.Д. Отзыв положительный. Замечания: 1) на с. 3 автореферата упоминается понятие «социальная маржинальность», но при этом в тексте автореферата более эта категория не упоминается, да и в целом она является спорной и требует дополнительного исследования и уточнения в контексте работы; 2) в автореферате говорится про оптимальные коэффициенты маржинальной прибыли, это также требует уточнения, т.к. из контекста работы можно трактовать как «оптимальные коэффициенты сверхприбыльной прибыли», поэтому считаем, что необходима расшифровка указанного понятия; 3) в автореферате не дается разграничения между понятиями «маржинальность» и «норма прибыли», не указывается ни их фундаментальное различие.

9. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующей кафедрой менеджмента и экономической безопасности ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени В. Даля» (г. Луганск) Тисуновой В.Н. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате на стр. 19 указано, что сформулировано определение категории «рынок высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации», однако дефиниция этого понятия в автореферате не приводится, что требует дополнительного уточнения в работе понятийного аппарата; 2) следовало бы показать практическое применение интегрального показателя

эффективности стратегии сбалансированного развития рынка высокомаржинальной продукции в условиях инновационной ориентации.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг, наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны: парадигмальный подход к инновационной ориентации рынка продовольствия; система целевых ориентиров и таргет-маркеров эффективности функционирования рынка высокомаржинальных товаров и его отдельных сегментов; модель формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров с перспективой прогноза сбалансированного развития;

предложены: инновационный подход к сегментированию рынка высокомаржинальных продовольственных товаров; перечень эталонных стратегий роста за счёт отнесения к ним стратегий кастомизации и всеобщего управления качеством;

доказаны: влияние общего уровня объема продаж, доли продаж обновленных (инновационно ориентированных) высокомаржинальных товаров на показатель видовой эффективности; влияние показателей объема реализованных высокомаржинальных товаров и суммы всех затрат на их производство и реализацию на показатель ценовой эффективности;

введены уточненная формулировка содержания понятий «высокомаржинальные товары» с уточнением понятия «инновационные товары» и составляющих инновационной ориентации рынка высокомаржинальных товаров; авторская классификация потребностей с выделением витальных и осознанно ориентированных потребностей.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказана необходимость рассмотрения вопросов выбора товара сквозь призму наличия инновационных характеристик, способных обеспечить синергетический эффект потребления для достижения уровня ценностей;

применительно к проблематике диссертации результативно использованы методы системного и комплексного анализа – для исследования факторов, определяющих уровень финансово-экономического обеспечения предприятий; метод факторного анализа (балансовый метод) – для анализа факторов, влияющих на изменение структуры и динамики финансово-экономических показателей предприятий; метод корреляционно-регрессионного анализа – для изучения взаимосвязи финансово-экономических показателей предприятий; метод оптимизационных моделей – для поиска оптимальной структуры баланса предприятий с целью формирования и развития стратегических направлений в условиях турбулентности экзо- и эндофакторов.

изложены научно-методический подход к формированию классификации инноваций на современном продовольственном рынке; принципы формирования и развития рыночного сегмента с учетом особенностей высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации;

раскрыты 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; особенности рынка высокомаржинальных товаров;

изучены эндогенные и экзогенные факторы формирования рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации; закономерности развития и основные маркетинговые технологии на рынке высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации;

проведен анализ ценовой интеграции и вариативная оценка рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации;

разработаны рекомендации по внедрению модели формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации; имитационная системно-динамическая модель сбалансированного развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях его инновационной ориентации.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены: подходы к продвижению высокомаржинальных товаров категории «ФРЕШ» на рынке Донецкой Народной Республики в рамках государственной темы «Научно-инновационное решение проблемы персонализации питания» (Д-2014-2015, номер государственной регистрации 0114U000560), а также рекомендации по совершенствованию механизма формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации в рамках хозяйственных тем «Научно-методические рекомендации по усовершенствованию системы управления безопасностью на пищевом предприятии» (номер государственной регистрации 814/2013); «Организация работы с товарами категории «ФРЕШ» (номер государственной регистрации 883/2014).

Внедрены в учебный процесс ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и управления имени Михаила туган-Барановского» разработанные в диссертации теоретические и научно-методические положения и рекомендации при преподавании дисциплин: «Товароведные аспекты маркетинга», «Техническое регулирование (Основы стандартизации, метрологии и управление качеством. Оценка соответствия)», «Сертификация», «Управление качеством и безопасность продовольственных товаров» (справка о внедрении № 13/122 от 15.02.2016 г.).

определены концептуальная модель формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров с перспективой прогноза сбалансированного его развития (ООО «Солариум-Логистик», справка о внедрении № 17 от 16.02.2016 г.);

создана система практических рекомендаций по применению способов индикации уровня маржинальности потребительского рынка при проведении его мониторинга, что позволит добиться оптимальности функционирования рынка продовольствия (ООО «Новороссийское торгово-промышленное общество», справка о внедрении № 06/12-1 от 06.12.2016 г.).

представлены научно-методические рекомендации по усовершенствованию системы управления качеством и безопасностью высокомаржинальных товаров на пищевом предприятии на разных этапах товародвижения (ЧП «Эдикт», акт о внедрении № 814/2013 от 17.06.2013 г.); научно-методические рекомендации по усовер-

шенствованию ассортимента высокомаржинальных товаров категории «ФРЕШ» («Дорс Элит+», справка о внедрении № 8/103 от 22.04.2014 г.);

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория исследования основывается на репрезентативных данных, полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с опубликованными официальными данными по теме диссертации и с выводами, полученными другими авторами;

идея базируется на фундаментальных положениях экономической теории и теории потребления, научных трудах отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации с определением группы высокомаржинальных товаров, имеющих перспективы роста рынка и оптимальные коэффициенты маржинальной прибыли; информационные материалы статистических, справочных, периодических изданий; ресурсы Internet; отчетность исследуемых предприятий; материалы научных и научно-практических конференций;

использовано сравнение полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами;

установлено качественное совпадение результатов, полученных автором в ходе исследования, с результатами, представленными в других научных источниках по данной тематике;

использованы современные методики сбора и обработки исходной информации, такие как анализа и синтеза, факторного анализа, экспертной оценки, метод корреляционно-регрессионного анализа; метод оптимизационных моделей. Обработка данных осуществлялась с использованием современных компьютерных технологий и программ.

Личное участие соискателя в получении результатов, изложенных в диссертации, состоит в обосновании цели и задач, методологического инструментария исследования, личном участии на всех этапах процесса написания диссертационной работы, непосредственном участии в получении исходных данных, их обработке и интерпретации полученных конкретных научных результатов, личном участии в апробации результатов исследования, персональной разработке научных и практи-

ческих рекомендаций по развитию рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, подготовке основных публикаций по теме диссертационного исследования.

Лично автором разработаны классификация инноваций для рынка высокомаржинальных продовольственных товаров, классификация потребностей на основе метаанализа теорий потребностей, классификация продовольственного рынка в условиях инновационной ориентации, таргер – маркеры формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, эффекты синергии и асимметрии в поле интересов субъектов продовольственного рынка в условиях инновационной ориентации, методика матричного маркетингового анализа основных сегментов рынка высокомаржинальных продовольственных товаров, ассоциативная карта продовольственных товаров группы «ОРГАНИК», когнитивная карта причинно-следственных зависимостей взаимодействия факторов модели сбалансированного развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях его инновационной ориентации и др.

Диссертационный совет считает, что диссертация Федоркиной И.А. на тему: «Формирование и развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации», является самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой, в которой решена важная научно-практическая задача по разработке теоретических основ, методических положений и научно-практических рекомендаций по совершенствованию формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, имеющей важное значение для повышения эффективности маркетинговой деятельности производственных предприятий на рынке продовольствия.

По актуальности, научной новизне, обоснованности основных положений, теоретической и практической значимости полученных результатов диссертация соответствует требованиям п. 2.2 раздела II Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 27.02.2015 г. № 2-13, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

На заседании 11.04.2017 года диссертационный совет Д 01.004.01 принял решение присудить Федоркиной Ирине Анатольевне ученую степень кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 20 человек, из них 13 докторов наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, участвовавших в заседании, из 25 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за - 20, против - нет, недействительных бюллетеней - нет.

Председатель
диссертационного совета Д 01.004.01
д.э.н., профессор

 Е. М. Азарян

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 01.004.01
к.э.н., доцент





А.Н. Германчук

11 апреля 2017 года