

В диссертационный совет Д 01.004.01 при ГО ВПО
«Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского»,
по адресу 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31

Отзыв
на автореферат диссертации Федоркиной Ирины Анатольевны
на тему «Формирование и развитие рынка высокомаржинальных
товаров в условиях инновационной ориентации», представленной на
соискание ученой степени кандидата экономических наук по
специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством: маркетинг

Экономика региона переживает очень сложные времена. Перманентный политический кризис, неблагоприятная конъюнктура на мировом рынке крайне негативно отражаются на уровне и качестве жизни, развития человеческого потенциала, обуславливают деструктивные явления в социуме.

В этих условиях обостряется проблема формирования рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, выявление тенденций современного состояния рынка продовольствия и создание предпосылок для развития рынка высокомаржинальных товаров, новых закономерностей и маркетинговых технологий.

Негативные результаты пересечения политических и экономических интересов, диспропорции в распределительных отношениях, коллапс в политике доходов, падение рентабельности и рост убыточности предприятий реального сектора экономики неминуемо повлияло на структуру потребления и уровень благосостояния населения.

Теоретические положения и выводы результатов исследования развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации имеют большой потенциал для развития национальной экономики, при условии реализации предложений на общегосударственном, региональном и местном уровнях власти.

Очевидно, что исследование проблемы развития рынка высокомаржинальных товаров в аспекте инновационности представляет собой большой практический интерес.

Диссертационная работа Федоркиной И.А. посвящена исследованию процесса формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации на теоретическом и методологическом уровнях. Актуальность этой теоретической задачи усиливается недостаточной разработанностью проблемы в работах отечественных исследователей экономического развития.

В процессе исследования феномена развития рынка высокомаржинальных товаров автором диссертации выявлены закономерности развития и основные маркетинговые технологии на рынке высокомаржинальных товаров. В результате исследований разработана

система целевых ориентиров и таргет-маркеров эффективности функционирования рынка высокомаржинальных товаров и его отдельных сегментов.

Автором использован разнообразный инструментарий анализа эндогенных и экзогенных факторов формирования рынка высокомаржинальных товаров, проведен аналитический мониторинг отдельных групп рынка высокомаржинальных товаров. Результатом исследований стала разработка имитационной системно-динамической модели сбалансированного развития рынка высокомаржинальных товаров.

Диссертационная работа имеет практическую направленность и содержит целый ряд положений, которые отражают научную новизну:

исследована новая предметная область – развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации;

введено в научный оборот понятие «инновационная ориентация», которое основано на базовых положениях теории сбалансированного развития торговой политики, взаимном согласовании экономических интересов при формировании единого целого;

выделены основные сегменты рынка высокомаржинальных продовольственных товаров, в число которых входят продукты групп: «органик», «фреш», «крафт», «лакшери», «фастфуд», а также продукты персонифицированного, здорового (правильного) и конфессионального питания, отличающиеся от традиционных продуктов;

проведен анализ ценовой интеграции и вариативная оценка рынка высокомаржинальных товаров;

расширен перечень эталонных стратегий роста за счёт отнесения к ним стратегий кастомизации и всеобщего управления качеством (TQM);

раскрыта сущность и экономическое содержание дефиниции «высокомаржинальные товары»;

обоснованы научно-практические рекомендации по внедрению модели формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации.

Все вышесказанное дает основания считать, что диссертационное исследование является актуальным, имеет научную и практическую ценность.

Анализ рубрик, которые определяют общую характеристику работы, свидетельствуют о том, что диссертация выполнена в соответствии с требованиями ВАК ДНР по кандидатским диссертациям по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Замечания по содержанию автореферата диссертации:

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 было бы представить логическое доказательство этого утверждения.

В целом диссертационная работа Федоркиной И.А. достойна положительной оценки. По своему научному уровню, практическому значению, наличием необходимых общих характеристик она соответствует установленным требованиям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

Согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Доктор экономических наук
по специальности 08.00.04
«Экономика и управление предприятиями
(по видам экономической деятельности),
доцент

Ильин
(подпись)

Ильин Валерий Юрьевич

Примечание

- ул. Оборона, 2, г. Луганск, 91011
- тел. 050-156-82-59;
- villin2015@gmail.com;
- ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко»,
заведующий кафедрой менеджмента Института экономики и бизнеса

Подпись *В. Ю. Ильина*
Завещаю *Ильин* отдела кадров

