

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**

Процессы реформирования общества, которые затронули Донецкую Народную Республику свидетельствуют об интенсивном росте актуальности и значимости проблем формирования и развития рынка высокомаржинальных товаров. В условиях современного состояния экономики все большее значение начинают играть аспекты максимального удовлетворения потребностей субъектов экономической деятельности, а это в свою очередь влечет формирование инновационной ориентации современного производителя. Поэтому актуальными являются вопросы теоретико-методического и практического обеспечения развития рынка высокомаржинальной продукции с учетом инновационной ориентации, что и обусловило выбор темы диссертации.

Формирование модели концептуальной модели развития рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации с перспективой прогноза сбалансированного его развития, которая, в отличие от существующих, учитывает контур регулирования затрат на инновационные мероприятия, направленные на устойчивый рост и поддержку стратегии развития рынка высокомаржинальных товаров, оптимизацию ассортиментных групп высокомаржинальных товаров и обеспечить научно-техническую, маркетингово-организационную и финансово-экономическую готовность к инновационным изменениям, сформировать и выбрать стратегические направления в условиях турбулентности экзо- и эндофакторов среды, обоснование научно-практических рекомендаций по внедрению результатов моделирования в систему управления сбалансированным развитием рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации, свидетельствует о совершенном владении диссертантом содержательным материалом и новыми подходами в сфере исследования.

До теоретически и практически значимых результатов следует отнести:

- исследование научно-методических подходов к классификации потребностей во взаимосвязи понятий «потребности» и «маржинальность» с акцентом, что в пределах одной товарной группы к высокомаржинальным

относятся товары, удовлетворяющие потребности, уровень которых выше витального;

- разработку системы целевых ориентиров и таргет-маркеров эффективности функционирования рынка высокомаржинальных товаров как основных составляющих инновационной ориентации рынка продовольствия с учётом организационно-управленческих, финансово-экономических, экологических маркеров и социально-этической ответственности и эндо- и экзогенных факторов эффективности производства товаров и потребительских предпочтений как основы развития рынка;

- авторскую версию новой инновационно-синергетической парадигмы, заключающейся в переходе инновационных пищевых продуктов из «цели» в «средство» существования осознанно ориентированных потребностей, при этом вопрос выбора товара рассматривается сквозь призму наличия инновационных характеристик, способных обеспечить синергетический эффект потребления для достижения уровня ценностей, соответствующего системной постнеоклассической экономической теории.

Вместе с тем, автореферат не позволяет определить некоторые вопросы работы:

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

Обозначенные замечания не уменьшают теоретическое и практическое значение диссертации «Формирование и развитие рынка высокомаржинальных товаров в условиях инновационной ориентации», которая является актуальной, самостоятельной, целостной и завершённой, соответствует требованиям к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а её автор – Федоркина Ирина Анатольевна – заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических по специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством: маркетинг

Согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Кандидат экономических наук
(08.00.01 – экономическая теория),
доцент

Кликунов Николай Дмитриевич

Подпись доцента Кликунова Николая Дмитриевича
Ирина Анатольевна Федоркина
Смолянинова



305000, Россия, г. Курск, ул. Радищева, 35, офис 303;
8-960-699-95-75

nklikunov@yandex.ru

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», проректор по
научной работе и инновациям