

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы

ОЛЬМЕЗОВОЙ НАДЕЖДЫ АЛЕКСАНДРОВНЫ

«Маркетинг на рынке детских товаров»,

представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Значимость изучения рынка детских товаров, признаваемого в качестве социально значимого, представляется весьма высокой. Это определяется его большим потенциалом для развития, усилением «детской проблематики» в маркетинге, наличием перспектив роста, в том числе и за счет внедрения креативного маркетингового инструментария. Это обусловлено, в первую очередь, тем, что данный рынок дает возможность объединить несколько групп потребителей — детей и взрослых, позволяет делать упор не столько на цену, сколько на качество и безопасность реализуемых в рамках этого рынка товаров. Его развитие можно характеризовать как стратегически важное для региона и страны в целом, поскольку существует высокий уровень конкуренции.

Исследование рынка детских товаров является важным для понимания природы формирования спроса и предложения на этом рынке, особенностей покупательского поведения, выявления факторов, влияющих на процесс покупки, а также проявлений культуры потребления. Это связано с тем, что именно на этом рынке обращаются товары, которые во многом предопределяют основу будущего страны и ее населения. Поэтому диссертационное исследование Ольмезовой Н.А. на тему «Маркетинг на рынке детских товаров» является актуальным и своевременным.

Диссертация имеет четкую структуру, отражающую определенные автором цель и задачи исследования, направленные на комплексное решение проблемы формирования теоретических и научно-методологических основ развития маркетинга на рынке детских товаров. Следует отметить, что в процессе работы диссертант приходит к выводу о целесообразности внедрения комплексного подхода в формировании портфеля продаж детских товаров, что вполне оправдано и научно обоснованно.

Следует обратить внимание на интересный авторский подход к разработке концептуальной модели виртуального маркетинга на рынке детских товаров, которая в отличии от существующих, предполагает дифференцированное использование инструментария интернет-маркетинга в зависимости от стадий взаимодействия с целевой аудиторией (привлечение, вовлечение, удержание) в разрезе потребителей и покупателей, что будет способствовать формированию их приверженности и лояльности к брендам предприятий и товаров.

Достаточно интересным в контексте рассматриваемой проблемы является апгрейд цифровых технологий на рынке детских товаров на основе нейромаркетинга, который, в отличие от существующих, включает этапы, инструменты и методы внедрения цифровых технологий для повышения эффективности функционирования рынка детских товаров и услуг, что будет способствовать увеличению спроса на передовые технологии нейромаркетинга при исследовании поведения потенциальных потребителей.

Необходимо подчеркнуть практическую значимость полученных результатов, которая состоит в том, что предложенные научные идеи, научно-методические подходы и выводы могут быть использованы для решения актуальных проблем совершенствования маркетинговой деятельности на рынке детских товаров. Наибольшую практическую ценность имеют: реализация принципов маркетинга на рынке детских товаров в практике деятельности предприятия, рекомендации по внедрению инструментария нейромаркетинга, комплекс предложений по повышению лояльности и приверженности целевого сегмента потребителей на рынке детских товаров, методика оценки портфеля детских товаров и др. Результаты внедрения практических рекомендаций указывают на то, что применяемые интерфейсы воздействия на покупателей на основе передовых технологий нейромаркетинга повышают эффективность всех инструментов маркетинговой деятельности, позволяют оптимизировать процессы предприятия в сфере управлением поведением потенциальных покупателей на рынке детских товаров.

Указанное выше позволяет сделать положительный вывод о научном уровне представленной диссертационной работы, достоверности анализа, экономической целесообразности теоретических обоснований и аргументации положений, вынесенных на защиту, практической значимости предложений и рекомендаций.

Однако в автореферате есть некоторые дискуссионные положения, среди которых следует выделить следующие:

- в механизме сетевого взаимодействия на рынке детских товаров (с.21) целесообразно было бы представить критерии оценки эффективности данного взаимодействия;
- в комплексном подходе в формировании портфеля продаж детских товаров следовало бы уточнить, какие методы маркетинговых исследований необходимо использовать при мониторинге данного рынка.

В целом, выделенные замечания не уменьшают теоретико-прикладного значения полученных результатов диссертационной работы, поэтому отзыв на автореферат диссертации Ольмезовой Н.А. является положительным.

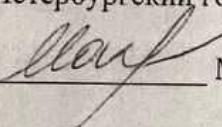
Резюмируя результаты исследования и содержание автореферата можно утверждать, что диссертация Ольмезовой Надежды Александровны является завершенной научно-исследовательской работой, которая логически выполнена,

широко охватывает и глубоко прорабатывает поставленную цель, соответствует всем нормативным требованиям к докторской диссертации и паспорта специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), а ее автор заслуживает присуждение ученой степени доктора экономических наук.

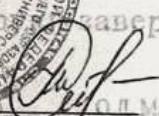
Согласна на включение моих персональных данных в аттестационное дело и их дальнейшую обработку

Я, Максимовская Ольга Александровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: региональная экономика,
Профессор кафедры сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет"



Максимовская О.А.

Подпись Максимовской О.А.. заверяю
Начальник отдела кадров: _____


О.Л. Maximovskaya

Контактные данные:

190068, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. 7-я Красноармейская д.6-8 (учебный корпус, кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности, каб. 203)