

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы

Строкиной Ларисы Александровны

на тему «УПРАВЛЕНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГОМ

ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Современное состояние экономики Донецкой Народной Республики характеризуется турбулентными изменениями внешней среды, адаптация к которым требует от торговых предприятий разработки новых инструментов и механизмов развития, позволяющих эффективно управлять поведением покупателей с целью роста объемов продаж. В этом контексте трансформируются и ключевые особенности управления маркетинговой деятельностью торговых предприятий, одним из инновационных инструментов которого является система нейромаркетинга, которая будет способствовать максимальному удовлетворению потребностей покупателей, сохраняя за ними свободу самостоятельного выбора и принятия решения. Модернизация процесса управления нейромаркетингом в торговых предприятиях Донецкой Народной Республики должна стать первоочередной задачей топ-менеджмента для обеспечения эффективного потребительского поведения. Данный аспект подтверждает актуальность и практическую востребованность диссертационной работы.

Содержание автореферата позволяет сделать вывод, что представленные теоретические положения и методические разработки являются инновационными, а также имеют высокую практическую ценность. Полученные научные результаты связаны с установленными в работе задачами. Достижения автора диссертационной работы охватывают как научно-теоретические, так и практические аспекты управления нейромаркетингом торговых предприятий.

Как показывает автореферат, в диссертационной работе рассматривается и решается широкий круг вопросов: от уточнения понятийно-категориального аппарата управления нейромаркетингом торговых предприятий до разработки методических и методологических основ исследования, а также прикладного инструментария, который может быть использован для принятия обоснованных управленческих решений в практической деятельности торговых предприятий при управлении нейромаркетингом.

Особого внимания заслуживает разработанная впервые концепция управления нейромаркетингом торговых предприятий, представляющая собой научно обоснованную интегрированную парадигму деятельности торговых предприятий, направленную на управление поведением покупателей и повышение уровня их удовлетворенности посредством формирования и реализации стратегических активов с помощью нейромаркетинговых

инструментов с целью увеличения объемов продаж, что позволит повысить удовлетворенность покупателей и увеличить объем сбыта (с. 9-10).

Практическую значимость представляет разработанный автором научно-методический подход к диагностике системы управления нейромаркетингом, который, в отличие от существующих, предусматривает оценку состояния ресурсного, маркетингового, функционального, инструментального и управленческого блока системы управления нейромаркетингом торговых предприятий (стр. 11-13). Использование данного подхода способствует своевременному определению проблем в каждом блоке системы управления нейромаркетингом предприятий и разработке рекомендаций по их решению.

Положительное впечатление производит предложенный научно-методический подход к оценке результативности управления нейромаркетингом, который, в отличие от существующих, предусматривает оценку уровня достижения целей предприятия, результативности нейромаркетинговых стратегий и архитектуры нейромаркетинга предприятия, уровня удовлетворенности потребностей покупателей, конкурентных преимуществ и имиджа предприятия (стр. 16-17). Данный подход позволяет определять направления усовершенствования процесса оценки результативности управления нейромаркетингом торговых предприятий.

Вместе с тем, отмечая целостность и завершенность диссертационной работы, новизну и значимость представленных научных положений и выводов, следует отметить отдельные замечания и пожелания автору:

1. На рис. 1 автореферата (стр. 8) автор недостаточно полно раскрывает содержание доминант нейромаркетинга торговых предприятий, а только перечисляет их название, фокус внимания и элементы парадигмы нейромаркетинга.

2. На рис. 7 автореферата (стр. 18) автор приводит характеристику составляющих констелляции механизмов реализации системы управления нейромаркетингом. Однако, из текста автореферата непонятно, как данные составляющие будут влиять на обеспечение результативного функционирования системы управления нейромаркетингом торговых предприятий.

Указанные замечания и пожелания носят рекомендательный характер и не уменьшают научно-практическое значение представленной работы и выносимых на защиту положений.

Рассмотрев основные результаты проведенного исследования, представленные в автореферате, можно сделать вывод, что диссертация является логически завершенным научным исследованием, характеризуется широтой постановки задач, новизной их решения, обоснованностью выводов и рекомендаций, тесной взаимосвязью методических и прикладных аспектов. Полученные результаты исследования основываются на глубокой теоретической разработке проблем, критическом обобщении научных трудов отечественных и зарубежных ученых. Достоверность полученных результатов базируется на использовании значительного массива данных, подтверждается достаточной апробацией и отражением в научных работах, использованием в

учебном процессе, а также внедрением в практику деятельности торговых предприятий.

В целом диссертация на тему «Управление нейромаркетингом торговых предприятий» соответствует установленным требованиям, а ее автор – Строкина Лариса Александровна – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Зинов Владимир Глебович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (специальность 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности))

Зинов В.Г.

Адрес: г. Москва. Проспект Вернадского, 84.

e-mail: zinov-v@yandex.ru

Название образовательной организации: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС).

Должность рецензента: Главный научный сотрудник Центра научно-технической экспертизы Института прикладных экономических исследований РАНХиГС.

«27» 12 2021 г.



В.Г. Зинов

Подпись Зинов В.Г. заверено
начальником отдела учета научного
персонала *Заравицкий*
Ихтенко Е.Н.

