

**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 18.01.2022 г. №1

О ПРИСУЖДЕНИИ

Строкиной Ларисе Александровне

ученой степени кандидата экономических наук

Диссертация «Управление нейромаркетингом торговых предприятий» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) принята к защите «16» ноября 2021 г. (протокол № 35) 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 Строкина Лариса Александровна 1982 года рождения.

В 2005 году окончила Донецкий государственный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности «Менеджмент организаций». С 2005 по 2009 г. обучалась в аспирантуре Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по специальности 08.00.04 – Экономика и управление предприятиями.

Работает в должности старшего преподавателя кафедры маркетингового

менеджмента Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Диссертация выполнена на кафедре маркетингового менеджмента 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, Балабанова Людмила Вениаминовна, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», заведующий кафедрой маркетингового менеджмента.

Официальные оппоненты:

Тисунова Виктория Николаевна, доктор экономических наук, профессор, Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», заведующий кафедрой менеджмента и экономической безопасности;

Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна, доктор экономических наук, доцент, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет», заведующий кафедрой маркетинга и логистики

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация - Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный аграрный университет» в своем положительном заключении, подписанном Шевченко Марией Николаевной, доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой аграрной экономики, управления и права, и утвержденном ректором, кандидатом технических наук, доцентом Матвеевым Вадимом Петровичем указала, что диссертация представляет собой

завершенную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Выводы и рекомендации обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации. Опубликованные автором работы по теме диссертации отражают положения, выводы и рекомендации по проведённому исследованию. Научный уровень выполненного исследования и содержание работы указывают на глубокие знания автором предмета исследования, навыки обработки научной и статистической информации, опыт использования в работе современного научного экономического аппарата и умелое использование компьютерных технологий. Содержание диссертации соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Основные положения диссертационной работы изложены в 21 научной работе, в том числе в 9 статьях в рецензируемых научных изданиях, 2 статьях в прочих изданиях, 10 работах апробационного характера. Общий объем публикаций – 7,43 печ. л., из которых 5,72 печ. л. принадлежат лично автору.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Строкина, Л.А. Концепция нейромаркетинга: становление и перспективы развития / Л.А. Строкина, Л.В. Балабанова // Торговля и рынок. - 2017. – Вып. 3(43). – С. 56-63.

Личный вклад: раскрыта сущность нейромаркетинга, дано его определение и разработана концепция нейромаркетинга.

2. Строкина, Л.А. Парадигма управления нейромаркетингом торговых предприятий / Л.А.Строкина // Торговля и рынок. – 2020. – Вып. 3, т.2 (часть 2). – С. 194-201.

3. Строкина, Л.А. Диагностика системы управления нейромаркетингом торговых предприятий / Л.А.Строкина // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 2. – С. 225-232.

4. Строкина, Л.А. Конstellляция механизмов реализации системы управления нейромаркетингом / Л.А.Строкина, Л.В.Балабанова // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 3, т.1. – С. 70-79.

Личный вклад: разработана констелляция механизмов реализации системы управления нейромаркетингом, научно-методический подход к диагностике системы управления нейромаркетингом, научно-методический подход к оценке результативности управления нейромаркетингом.

5. Строкина, Л.А. Оценка влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей / Л.А.Строкина // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2021. – Вып.22. – С.158-167.

6. Строкина, Л.А. Оценка результативности управления нейромаркетингом торговых предприятий / Л.А.Строкина // Вестник ДонНУ. Серия В: Экономика и право. – 2021. – Вып.2. – С.185-192.

7. Строкина, Л.А. Модель стратегического управления нейромаркетингом // Л.А.Строкина // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2021. – №2 (37). – С.127-134.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой маркетинга и логистики Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкая академия управления и государственной службы при главе Донецкой Народной Республики» (ДНР, г. Донецк) Барышниковой Лелей Петровной. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате не представлены пути решения проблем, с которыми сталкиваются современные предприятия при внедрении нейромаркетинга (с. 5); 2) автору было бы целесообразно охарактеризовать методику корреляционного анализа влияния стратегических активов на поведение покупателей (с. 14).

2. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента строительных организаций Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры» (ДНР, г. Макеевка) Ивановым Михаилом Федоровичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) автор не раскрывает в автореферате элементы механизмов, входящих в состав констелляции механизмов реализации системы

управления нейромаркетингом (с. 18-19); 2) в автореферате целесообразно было бы дать характеристику категорий, которые входят в состав концепции управления нейромаркетингом торговых предприятий (с.10).

3. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, Министром экономического развития Донецкой Народной Республики, и.о. заведующего кафедрой менеджмента Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет» (ДНР, г. Донецк) Половяном Алексеем Владимировичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) целесообразно раскрыть сущность модели стратегического управления нейромаркетингом, приведенную на с. 17 автореферата; 2) необходимо привести практические рекомендации по внедрению констелляции механизмов реализации системы управления нейромаркетингом в деятельность предприятий (с. 19 автореферата).

4. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры экономики и менеджмента Института экономики и права (филиал) образовательного учреждения профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений» в г.Севастополе (РФ, г.Севастополь) Тумаковой Светланой Владимировной. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате на с.9 представлена архитектура нейромаркетинга торговых предприятий, при этом не раскрыты особенности системы, а только перечислены ее элементы; 2) целесообразно было бы охарактеризовать условия реализации концепции управления нейромаркетингом торговых предприятий, представленной в автореферате (с. 10).

5. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой туризма Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования Республики Крым «Крымский университет культуры, искусств и туризма» (РФ, г. Симферополь) Ибрагимовым Эрнестом Энверовичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате целесообразно было бы раскрыть особенности управления нейромаркетингом торговых предприятий в условиях рыночной экономики (с.

9); 2) автором указано в автореферате, что констелляция механизмов реализации системы управления нейромаркетингом состоит из пяти механизмов и приведен их список, однако не понятно, какие элементы входят в состав каждого из них (с. 16 автореферата).

6. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, профессором кафедры «Экономика и маркетинг» Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет» (ДНР, г. Донецк) Надтокой Татьяной Борисовной. Отзыв положительный. Замечания: 1) во втором разделе не названа, но, по-видимому, использовалась при диагностике системы управления нейромаркетингом торговых предприятий экспертная оценка (табл. 1, с. 12), однако в автореферате не приведено: кто выступал в качестве экспертов, подтверждена ли достоверность сходимости мнений экспертов, на основе чего установлены качественные градации уровня системы управления нейромаркетингом предприятия: средний, достаточный; 2) вызывает сомнение целесообразность большого количества новых понятий, введенных и декларируемых автором как научная новизна (с. 3-4), тем более, что некоторые из них носят дискуссионный характер (например, нейромаркетинг, концепция управления нейромаркетингом); 3) в доминантах нейромаркетинга (рис. 1, с. 8), в концептуальной схеме его управлением (рис. 3, с.10) отсутствуют правовые аспекты по защите потребителей от манипуляций продавцов при использовании нейромаркетинговых инструментов; 4) из автореферата не ясно, каким способом, на основе каких первичных данных была оценена результативность управления поведением покупателей по исследуемым предприятиям (табл. 3, с. 15).

7. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, главным научным сотрудником Центра научно-технической экспертизы Института прикладных экономических исследований Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС) (РФ, г.Москва)

Зиновым Владимиром Глебовичем. Отзыв положительный. Замечания: 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 конstellляции механизмов реализации системы управления нейромаркетингом. Однако, из текста автореферата непонятно, как данные составляющие будут влиять на обеспечение результативного функционирования системы управления нейромаркетингом торговых предприятий.

8. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом кафедры административного и финансового права Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донбасская юридическая академия» (ДНР, г. Донецк) Балакай Оксаной Борисовной. Отзыв положительный. Замечания: 1) в автореферате указано, что алгоритм оценки результативности управления нейромаркетингом торговых предприятий предусматривает семь этапов. Но сущность каждого этапа раскрыта недостаточно (с.16).

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны: концепция и концептуальный подход к управлению нейромаркетингом торговых предприятий; конstellляция механизмов реализации системы управления нейромаркетингом торговых предприятий; научно-методический подход к оценке стратегических активов нейромаркетинга; научно-методический подход к оценке результативности

управления нейромаркетингом; модель стратегического управления нейромаркетингом торговых предприятий;

предложены: научно-методический подход к диагностике системы управления нейромаркетингом; модель оценки результативности управления нейромаркетингом; матрица выбора стратегий управления поведением покупателей;

доказаны: целесообразность научного обогащения теоретико-методического базиса эффективного управления нейромаркетингом торговых предприятий на основе разработки и обоснования современной системы управления нейромаркетингом и разработки научно-методического подхода к обоснованию стратегий управления нейромаркетингом;

введены: понятийно-категориальный аппарат в части уточнения сущности понятий: «нейромаркетинг», «архитектура нейромаркетинга», «управление нейромаркетингом», «нейромаркетинговые исследования», «концепция управления нейромаркетингом», «управление поведением покупателей на основе нейромаркетинга», «конstellляция механизмов реализации системы управления нейромаркетингом», «стратегическое управление нейромаркетингом».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказана: необходимость научного обоснования теоретико-методологического базиса концепции управления нейромаркетингом торговых предприятий;

применительно к проблематике диссертации результативно (эффективно, то есть с получением обладающих новизной результатов) *использован* комплекс существующих базовых методов исследования, в т.ч. системный, ситуационный анализ и синтез, комплексный подход, интегрированный метод и конstellляция, формализация и экономико-математическое моделирование, сравнение, группирование, графический, метод построения лепестковой диаграммы, табличный, кластерный анализ, метод экспертных оценок, метод предпочтений, рангов, матричный, корреляционный анализ, опрос;

изложены: концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных авторов по проблемам нейромаркетинга, маркетинга, стратегического маркетинга, аудиомаркетинга, визуального маркетинга, тактильного маркетинга, аромамаркетинга, мерчандайзинга, стратегического менеджмента;

раскрыты: вопросы совершенствования управления нейромаркетингом торговых предприятий на основе формирования констелляции механизмов реализации системы управления нейромаркетингом и обосновании модели стратегического управления нейромаркетингом;

изучены: особенности управления нейромаркетингом на предприятиях Донецкой Народной Республики;

проведена модернизация: структурно-логических моделей процесса принятия решений на основе нейромаркетинга и эвристик принятия потребительских решений; процесса сегментации торговых предприятий.

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

разработаны и внедрены: разработаны рекомендации по нейромаркетингу, что положено в основу госбюджетной темы № Д-2016-4 «Научно-методическое обеспечение подготовки студентов ОУ «Бакалавр» в соответствии с новыми стандартами укрупненной группы 38.00.00 «Экономика и управление» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» специализации «Менеджмент организаций» в условиях ECTS»; разработаны рекомендации по управлению нейромаркетингом торгового предприятия, что положено в основу хоздоговорной темы №038 /2021 «Разработка научно-методических рекомендаций по управлению нейромаркетингом ООО «Арония»; разработаны рекомендации по управлению поведением потребителей на основе, что положено в основу хоздоговорной темы №860/2013 «Разработка научно-методических рекомендаций по управлению поведением потребителей на основе маркетинга», а также рекомендации по исследованию практики управления нейромаркетингом торговых предприятий, что положено в основу хоздоговорной темы № 648/2011 «Разработка научно-методических

рекомендаций по исследованию практики управления нейромаркетингом торговых предприятий» согласно комплексному плану научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»;

определены: возможности реализации теоретических разработок по основным положениям диссертационной работы, которые целесообразно использовать в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при изучении дисциплин «Нейромаркетинг», «Мерчандайзинг», «Маркетинг», «Маркетинг предприятия», «Стратегическое управление» (справка №02.01/1401 от 28.06.2021 г.).

созданы: предложения относительно оптимизации бизнес-процессов предприятия в сфере управления поведением покупателей, основывающиеся на построении концепции управления нейромаркетингом, позволяющей увеличить объемы продаж и повысить удовлетворение потребностей покупателей (справка о внедрении ООО «Галактика» г. Донецка № 19/1 от 28.06.2021 г.).

представлены: алгоритм диагностики системы управления нейромаркетингом, портфель стратегий нейромаркетинга (справка о внедрении ООО СТМ «МЕТАЛЛ» г. Донецк № 588 от 29.06.2021 г.); констелляция механизмов реализации системы управления нейромаркетингом, научно-методический подход к оценке результативности управления нейромаркетингом, модель стратегического управления нейромаркетингом, отмечает их практическую ценность для предприятия (справка о внедрении ТК «Украина» г. Донецк № № 712 от 30.06.2021 г.); научно-методические подходы к диагностике системы управления нейромаркетингом, оценке стратегических активов нейромаркетинга, оценке результативности управления нейромаркетингом (справка о внедрении ООО «Стар-Трейд» г. Донецк № 382 от 29.06.2021 г.).

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

теория исследования основывается на обобщении теоретических разработок ведущих ученых по проблемам нейромаркетинга, маркетинга,

стратегического маркетинга, аудиомаркетинга, визуального маркетинга, тактильного маркетинга, аромамаркетинга, мерчандайзинга, стратегического менеджмента, а также репрезентативных данных, полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками и опубликованными официальными данными по теме диссертации, с выводами, полученными другими авторами;

идея базируется: на фундаментальных положениях экономической теории, экономики предприятия, менеджмента, научных разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования нейромаркетинга, маркетинга, стратегического маркетинга, аудиомаркетинга, визуального маркетинга, тактильного маркетинга, аромамаркетинга, мерчандайзинга, стратегического менеджмента; информационных материалах статистических, справочных, периодических изданий; бухгалтерской и статистической отчетности, а также результатах опросов руководителей предприятий торговли Донецкой Народной Республики;

использованы: результаты сравнительного анализа полученных автором данных с ранее рассмотренными теоретическими и практическими подходами;

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

использованы: современные методики сбора и обработки исходной информации, обработка данных осуществлялась с использованием табличного процессора Microsoft Excel.

Личное участие соискателя в получении результатов, изложенных в диссертации, состоит в обосновании цели, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций по управлению нейромаркетингом торговых предприятий; систематизации, анализе и обобщении теоретического базиса и генезиса нейромаркетинга, усовершенствовании научно-методический подход к диагностике системы управления нейромаркетингом; апробации полученных результатов исследования; личном участии в обсуждении результатов исследования на

научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования. Лично соискателем обобщены теоретический базис и генезис нейромаркетинга; разработана концепция и обоснован концептуальный подход к управлению нейромаркетингом торговых предприятий; проведена диагностика системы управления нейромаркетингом торговых предприятий; проведена оценка влияния стратегических активов нейромаркетинга на поведение покупателей; проведена оценка результативности управления нейромаркетингом торговых предприятий; разработана констелляция механизмов реализации системы управления нейромаркетингом торговых предприятий; разработана модель стратегического управления нейромаркетингом торговых предприятий.


На заседании 18.01.2022 года диссертационный совет Д 01.004.01 принял решение присудить Строкиной Ларисе Александровне ученую степень кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).


При проведении открытого голосования диссертационный совет в количестве 22 человек, из них 8 докторов наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), участвовавших в заседании, из 25 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «22», против – «нет», воздержались – «нет».



Председатель
диссертационного совета Д 01.004.01
Иванов профессор

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

 Е.М. Азарян

 А.Н. Германчук

«18» января 2022 г.