

В диссертационный совет Д 212.196.04
на базе ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени Г.В.
Плеханова»

ОТЗЫВ НАУЧНОГО КОНСУЛЬТАНТА

д.э.н. Нижегородцева Р.М. на диссертационную работу

Лукиной Анастасии Владимировны

**на тему: «Механизм экологического маркетинга в управлении
устойчивым развитием регионов на основе оценки социо-эколого-
экономических показателей», представленную на соискание учёной
степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг,
экономика природопользования)**

Лукина Анастасия Владимировна, 1976 г.р., гражданка России, в 1998 г. с отличием закончила Государственную академию нефти и газа им. И.М. Губкина (г. Москва) по специальности «Охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов», квалификация «Инженер-эколог». В 2003 году успешно защитила диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг). Тема диссертационного исследования: «Экологический фактор в современном маркетинге». С 2007 года имеет аттестат доцента по кафедре маркетинга.

Представленная к рассмотрению и защите диссертационная работа характеризуется системностью и комплексностью исследования маркетинговых аспектов развития территорий как социо-эколого-экономических систем. Работа посвящена разработке концепции экологического маркетинга в управлении социо-эколого-экономическим развитием регионов и совершенствованию механизмов этого управления.

Основные научные результаты, изложенные в диссертационной работе, заключаются в следующем.

1. Разработана согласованная система оценки устойчивости регионов на основе совокупности социо-эколого-экономических

показателей, позволяющая оценивать состояние, проводить динамический анализ устойчивости и формулировать цели устойчивого развития региона и цели экологического маркетинга региона. Предложена методика анализа социо-эколого-экономической устойчивости регионов Российской Федерации. Разработаны механизмы стратегического анализа устойчивости регионов на основе построения карт устойчивости.

2. Предложен и теоретически обоснован механизм экологического маркетинга для продвижения экологичного товара в зависимости: от типа товара и процесса принятия решения о покупке целевыми потребителями; от новизны экологичного товара для потребителя. Установлены факторы, сдерживающие развитие сегмента экологичных товаров в России, а именно: недостаточная государственная поддержка, отсутствие массового спроса, низкий уровень экологической культуры населения, отсутствие отечественной системы сертификации экологичных товаров, ориентация менеджмента на получение краткосрочных результатов.

3. Разработаны и обоснованы базовые стратегии экологического маркетинга субъекта рынка: стратегия уклонения, при которой создание экологической ценности не исключается, но не является обязательным; стратегия соперничества, когда создание экологической ценности позволяет создать устойчивое конкурентное преимущество и дифференцироваться от конкурентов; стратегия сотрудничества, основанная на принципе отбора поставщиков и посредников, работающих на принципах экологического маркетинга, но не предполагающая развития долгосрочных отношений; стратегия взаимоотношений на принципах экологического маркетинга, предполагающая выстраивание и развитие долгосрочных отношений.

Практическая значимость полученных автором результатов заключается в возможности и целесообразности их использования для решения задач управления социо-эколого-экономическим развитием регионов на основе принципов экологического маркетинга, с применением методов стратегического анализа и контроля для разработки стратегий согласованного социо-эколого-экономического развития регионов и отдельных территорий.

В ходе работы над диссертацией Лукина А.В. продемонстрировала навыки зрелого исследователя, которому под силу решение сложных междисциплинарных исследовательских задач. Пунктуальность, ответственность, тщательность в изучении существующих подходов и концепций, креативность мышления и упорство в достижении поставленных целей составляют сильные стороны диссертанта, заметно способствующие успеху в научной работе.

Вклад автора в разработку и развитие принципов и механизмов экологического маркетинга и их применение к задачам управления устойчивым социо-эколого-экономическим развитием регионов заслуживают внимания и поддержки.

Диссертационная работа Лукиной А.В. удовлетворяет всем требованиям, предъявляемым пп. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней к докторским диссертациям. Основные результаты автора опубликованы, в том числе в ряде научных монографий и более чем в 25 статьях, вышедших в изданиях, включенных в Перечень ВАК. Диссертант заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг, экономика природопользования).

Научный консультант —

Заведующий лабораторией
ФГБУН Институт проблем управления
им. В. А. Трапезникова РАН, д.э.н.



Нижегородцев Роберт Михайлович

16.04.2018

117997, Москва, ул. Профсоюзная, д. 65
Раб. тел.: +7 495 334-9309
e-mail: bell44@rambler.ru



Подпись *Р.М. Нижегородцев*
ЗАВЕРЯЮ
Зав. ОТДЕЛОМ КАДРОВ
Tab Н.А. ГАВРИЛОВА