В диссертационный совет 24.2.372.06 на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова». 117997, г. Москва, Стремянный пер., д. 36.

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Белянкина Г. А. на тему: «Развитие системы маркетинга инноваций в молочной индустрии»,

представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика)».

Потребление молочной продукции в составе продовольственной корзины – один из важнейших индикаторов уровня жизни населения во всем мире. По данным Росстата, средний уровень потребления молочной продукции в России на сегодняшний день составляет порядка 266 кг в год на человека, что на 59 кг ниже рекомендуемой нормы. Продукции, выпускаемой отечественными предприятиями, явно недостаточно. На общем фоне выигрывают предприятия, отвечающие рыночным ожиданиям и изменениям требований потребителя, в том числе те, которые решают социальные задачи, так как молочные продукты входят в число социально значимых.

Исследование автора не только обозначает критические точки и зоны роста для совершенствования экономических механизмов развития маркетинга инноваций, но и предлагает конкретные, научно обоснованные расчеты, доказывающие эффективность предложенных методов. Таким образом, злободневность диссертационного исследования Г. А. Белянкина трудно переоценить.

Изложение материала в научной работе свидетельствует о полном погружении в изучаемую проблему, затрагивающую не только непосредственно область маркетинга, но и глубинные слои – экономические, социальные, управленческие стороны данного вопроса. В процессе работы соискатель проявляет умение работать с обширными базами данных экономического и статистического характера (анализировать и систематизировать информацию, моделировать ситуации, делать прогнозы, проводить аналогии и обобщения, делать научно обоснованные выводы).

В частности, автором проведен сравнительный анализ факторов отечественного и зарубежного рынков молочной продукции, позволяющий обозначить внешние проблемы на пути развития маркетинга инноваций (табл. 3); предложена схема построения и реализации системы маркетинга инноваций (рис. 2); изучен вопрос использования компаниями молочной индустрии маркетинговых коммуникаций различного типа (табл. 4); оценена роль инноваций в деятельности молочных компаний (табл. 5); обозначены критерии отбора инноваций в молочной индустрии (табл. 6), приведена и расшифрована формула экономической эффективности маркетинговых коммуникаций: EROI = (P1 – P0)/I, где P1 и P0 – прибыль на конец и начало анализируемого периода; I – расходы на

маркетинговые коммуникации, и др. Показательно, что практически в каждом иллюстративном элементе обозначен маркетинговый эффект от внедрения тех или иных инноваций, в чем, собственно, и заключается основной смысл данной научной работы.

Важным фактором формирования маркетинга инноваций является детализированное мнение целевой аудитории по вопросу того, что влияет на ее выбор молочной продукции. Следовало бы обозначить его более конкретно.

Автореферат дает исчерпывающее представление о диссертационной работе как четко выверенном, аргументированном научно-квалификационном исследовании как по форме, так и по содержанию, обладающем ярко выраженным авторским подходом, который, в частности, проявился в разработке и проведении собственных методик изучения проблемы, а также в создании определений новых понятий, например, «система маркетинга инноваций». Создается однозначное впечатление, что диссертант владеет намного большим объемом информации, чем тот, что изложен в научной работе.

Работа соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» (утв. Постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.13), которые предъявляются к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Белянкин Глеб Александрович, несомненно, достоин присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика)».

Заведующая кафедрой Менеджмента, к.э.н., доцент ФГАОУ ВО «Московский политехнический университет» [redacted] Алёнина Елена Эдуардовна

Контактная информация:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет»

Адрес: 107023, г. Москва, ул. Большая Семёновская, д. 38

Телефон: 8 (495) 2230523

E-mail: management@mospolytech.ru

Дата 27.02.2023

ПОДПИСЬ Алёниной Е.Э. заверяю

СПЕЦИАЛИСТ ПО КАДРОВОМУ ДЕЛОПРОИЗВОДСТВУ БИРЮКОВА И.

[redacted]