В диссертационный совет 24.2.372.06 на базе
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»

Отзыв на автореферат диссертации
Белянкина Глеба Александровича 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)

В последние годы в России на государственном уровне активно поднимается вопрос продовольственной безопасности. Несмотря на усилия Правительства РФ обеспечить каждого россиянина качественными, безопасными, разнообразными продуктами питания в достаточном количестве, на практике далеко не каждый конечный потребитель имеет возможность получить исчерпывающую информацию о том или ином продукте, чтобы принять взвешенное решение: готов ли он приобрести тот или иной товар. Особенно, если речь идет о молочной продукции, которую наряду с хлебной и мясной можно назвать стратегическим продуктом, необходимым всем без исключения, в том числе и тем категориям населения, которые должны быть социально защищены.

В связи с этим все большую актуальность приобретают социально-экономические методы и технологии управления, нацеленные на более интенсивное развитие молочной индустрии. Производители молочной продукции, перерабатывающие производства, торговые предприятия в полной мере смогут реализовать свой потенциал с помощью инструментов маркетинга инноваций.

Вопрос выбора и проработки эффективных маркетинговых инструментов в процессе всего жизненного цикла молочной продукции – именно эта задача, как видно из автореферата, поставлена и успешно решена в диссертационной работе Белянкина Глеба Александровича. Особенно наглядна актуализация факторов, влияющих на результаты деятельности и обоснование изменений в отрасли по производству и переработке молочной продукции.

Автор, опираясь на научные труды отечественных и зарубежных ученых, данные Росстата, а также нормативные акты Российской Федерации, публикации в профильных СМИ, оценки экспертов, подчеркивает личную роль в проведении комплексных исследований в сфере построения стратегии

маркетинга инноваций в рамках инновационного развития на предприятиях выбранной отрасли. Эта стратегия, в частности, выявляет особенности создания и продвижения инновационной продукции; определяет функции маркетинга инноваций на различных этапах товародвижения; позволяет оптимизировать бизнес-процессы по разработке, внедрению и реализации инноваций; обозначает направления совершенствования системы маркетинга инноваций для компаний разного типа молочной индустрии.

Научная новизна данной работы заключается в развитии теоретико-методических положений и разработке практических рекомендаций по развитию системы маркетинга инноваций в производственно-сбытовой деятельности компаний молочной индустрии.

Диссертант теоретически развивает положения маркетинга инноваций, обосновывает маркетинговые принципы, убедительно демонстрирует на практике эффективность выбранных инструментов внедрения и реализации прорывных и поддерживающих инноваций на всех стадиях молочной индустрии, выявляет особенности маркетинга инноваций применительно к компаниям молочной индустрии. В частности, предлагает направления совершенствования системы маркетинга инноваций для компаний разного типа молочной индустрии.

Практическая значимость исследований Г. А. Белянкина свидетельствует о том, что методические разработки апробированы в производственно-сбытовой деятельности молочных компаний различного типа. Полученные результаты позволяют создать методическую базу для российского рынка молочной продукции; сформировать систему маркетинга инноваций в молочных компаниях; стать частью учебных дисциплин при подготовке бакалавров и магистров в области управления маркетингом инноваций.

В качестве замечаний по автореферату можно отметить, что автор использует данные о среднем уровне потребления молочной продукции в России в 1990-х гг. и в начале 2000-х. следовало привести и актуальные данные по итогам 2020-2022 гг.

Также, возможно, стоило бы обратить внимание на некоторую разобщенность информации в тексте автореферата. В частности, абзац о том, что российский рынок молочной продукции постоянно диверсифицируется, расширяя ассортимент (стр. 9), стоило бы включить в информацию о современном состоянии рынка (стр. 3).

Тем не менее, представленная работа однозначно создает положительное впечатление. Основанная на устойчивом теоретическом фундаменте, ярко демонстрирует личностный фактор и научно-практические рекомендации, квалифицирующие результаты исследований как имеющие бесспорную значимость для развития российской молочной промышленности.

Работа соответствует требованиям «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденным Постановлением Правительства РФ от 24 сентября

2013 г. № 842, а ее автор Белянкин Глеб Александрович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика).

[redacted]

к.э.н.
доцент
Кафедра маркетинга и рекламы
Факультет рыночных технологий
Институт отраслевого менеджмента
РАНХиГС при Президенте РФ

Трофименко Оксана Викторовна

З А В Е Р Я Ю
Ученый секретарь
Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
Бондарев
22.03
2023

[redacted]

119571, г. Москва,
проспект Вернадского, дом 82,
+7-916-121-4398
trofimenko-ov@ranepa.ru