В диссертационный совет 24.2.372.06 На базе ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова». г. Москва, Стремянный пер., д. 36

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

Доктора экономических наук, профессора Цыпкина Юрия Анатольевича на диссертацию Белянкина Глеба Александровича на тему:
«РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИЙ В МОЛОЧНОЙ ИНДУСТРИИ»,

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

Актуальность темы диссертационного исследования

Экономические перемены, происходящие на внешнем и внутреннем рынках, повышают роль социально-экономических методов и технологий управления, влияющих на сценарии интенсивного развития продовольственной промышленности.

Ключевым инструментом решения проблем целевой ориентации на инновационную деятельность, как верно и точно подмечено автором диссертации, становится формирование системы маркетинга инноваций с учетом отраслевой специфики важнейшей индустрии промышленного сектора — молочной отрасли. Эту идею подтвердили результаты исследований диссертанта, а также практика профильных предприятий.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Объектом исследования выбраны компании молочной индустрии. разработки Фундаментом научной ДЛЯ продовольственной безопасности и качественного импортозамещения официальные документы федеральных органов соответствующие направления развития, определяющие российских и зарубежных ученых в области маркетинга и инноваций, а также теоретические и прикладные исследования по проблемам формирования маркетинга инноваций в различных секторах экономики, публикации в общеэкономических и специализированных журналах и других открытых источниках, внутренняя отчетность компаний, экспертные оценки. В общей сложности диссертантом изучено 228 источников, в том числе 48 на иностранных языках.

Кроме того, автор провел разноплановые научные исследования и получил уникальный материал, основные результаты которого логично и последовательно отражены в 19 авторских работах, 11 из которых в рецензируемых изданиях, опубликованы в том числе специализированном профильном издании Маркетинг МВА (2020). Общий объем научных работ -11,56 печ. л. (из них -10,79 авторских); в том числе 8,65 печ. л. (8,08 – авторские) составляют научные статьи в изданиях. Информационно-эмпирические рецензируемых диссертации одобрены на международных и российских научнопрактических конференциях: «Advances in Science and Technology», «Образование и наука в современных условиях», Eurasiascience, IX Национальной научно-практической конференции «Плехановский форум преподавателей вузов» и др.

Диссертацию отличает четкая структура: введение, три главы, заключение, список литературы, 6 приложений, иллюстративный материал — 20 таблиц и 18 рисунков. Содержание включает постановку проблемы, обоснование наиболее подходящих инструментов ее решения, возможные риски в процессе проработки, ожидаемые и уже полученные итоги. Законченную композицию внутри каждой главы создают параграфы как целостные фрагменты общего повествования, помогая объемному, всестороннему, последовательному восприятию работы в целом.

Теоретическая значимость работы: развитие теории маркетинга инноваций в части обоснования и использования маркетинговых принципов и инструментов для внедрения и реализации инноваций всех типов и на всех этапах создания и продвижения продукта компании молочной индустрии. В частности, сформулирована целевая направленность маркетинга инноваций: поддержание популярности нового продукта, его престижности; формирование положительного образа бренда; стимулирование покупателей; стимулирование контрагентов; информирование потребителей о преимуществах товара (качество, цена, полезность).

<u>Практическое</u> применение: разработка рекомендаций по формированию и развитию системы маркетинга инноваций с возможностью внедрения разработанных методик и сформулированных рекомендаций в практику молочных компаний различного типа. Разработанные рекомендации уже находят свое применение в практике российских компаний: ООО «Путогино», АПК «Братья Чебурашкины», «ЭкоНива-АПК» и др.

Кроме того, результаты данного исследования могут быть использованы отраслевыми профессиональными ассоциациями и

фондами как методическая база для содействия инновационному развитию отечественного рынка молочной продукции, а также при подготовке учебных программ для бакалавров и магистров в области управления маркетингом, маркетинга инноваций.

Достоверность и новизна исследования, результатов, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Ценно, что автор диссертации смело рассматривает такой злободневный вопрос, как развитие теоретико-методических положений, и разрабатывает практические рекомендации по развитию системы маркетинга инноваций в компаниях молочной индустрии различного типа на ключевых этапах товародвижения в условиях развивающейся экономики инноваций; изучает проблему достоверности полученной информации, позволяющей принимать взвешенные решения всем заинтересованным сторонам – госорганам, предприятиям, их партнерам, кредиторам, потребителям и т. п.

обоснованы в частности, результате диссертантом, маркетинговые принципы и инструменты реализации прорывных и поддерживающих инноваций на стадиях создания и выведения на рынок продуктов компаний молочной индустрии, выявлены особенности маркетинга инноваций применительно компаниям молочной K индустрии; представлены особенности создания и продвижения инновационной продукции; определены стратегии инновационного маркетинга для компаний молочной индустрии; проведено комплексное исследование внедрения инноваций на рынке молочной продукции и восприятия их потребителями, что позволило конкретизировать функции маркетинга инноваций на различных этапах товародвижения; разработана схема поэтапной реализации маркетинга инноваций с целью оптимизации бизнес-процессов.

Соответственно, одна из важнейших рекомендаций руководителям молочных предприятий заключается в том, что внедрение принципов маркетинга инноваций — жизненно важная необходимость для каждого экономического субъекта.

Количество проведенных автором исследований, опросов, тестов свидетельствуют о несомненной достоверности полученных результатов. На этом фоне авторские обобщения и выводы выглядят весьма убедительно.

Все это соответствует заявленным целям и задачам исследования, демонстрируя авторское видение и собственный вклад в актуальные разработки.

Основное достоинство диссертации – практичность, реальная выполнимость рекомендаций и возможность их применения в российских компаниях молочной индустрии.

Дискуссионные вопросы и замечания

- С учетом несомненной ценности исследования есть необходимость более углубленно проработать некоторые рассмотренные в диссертации вопросы.
- 1. В главе 1 (параграф 1.2) указано наличие барьеров для маркетингового управления в отрасли, в частности, приводятся противоречия между выполнением тактических и стратегических маркетинговых планов, проблемы управленческих решений по поводу долгосрочных маркетинговых инвестиций. Необходимо было бы определить и пути преодоления обозначенных барьеров.
- 2. В диссертации упомянуты социальные сети, ныне признанные экстремистскими, следовало бы более обоснованно и широко использовать спектр возможных каналов продвижения и реализации продукции.
- 3. В третьей главе следовало бы раскрыть и охарактеризовать заявленные понятия «бренд для профессионалов» и «профессиональные молочные продукты».

Заключение о соответствии диссертации критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней

Диссертация соответствует критериям, предъявляемым к научноквалификационным работам. Автор успешно выполнил поставленную задачу по усовершенствованию методических основ системы маркетинга инноваций в компаниях молочной индустрии, применив методы систематизации и развития теоретических принципов и разработки практического инструментария. В результате были выявлены особенности создания и продвижения инновационной продукции в молочной индустрии, а также реальные возможности применения маркетинга инноваций в молочных компаниях различного типа.

Данная научная работа имеет завершенную композицию и самостоятельную научную ценность благодаря возможности широкого внедрения в повседневную практику предприятий молочной промышленности. Кроме того, отдельные положения и выводы диссертации могут быть использованы, в том числе и самим автором, для дальнейшей проработки.

Тема диссертации глубоко, разносторонне изучена и раскрыта должным образом. Диссертация написана научно-деловым языком, при этом понятным широкому кругу как специалистов, так и потребителей молочной продукции. Материал оформлен четко, наглядно, выразительно, с учетом нормативных требований к диссертационным работам.

Диссертационная работа по актуальности, научной новизне, полноте ее раскрытия, теоретической и практической значимости

результатов исследования соответствует требованиям пп. 9–14 «Положения о присуждении ученых степеней» № 842, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г., предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а ее автор — Белянкин Глеб Александрович — заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика.



Цыпкин Юрий Анатольевич доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, зав. кафедрой Градостроительства и пространственного развития Москва, ул. Казакова, 15

84992619232 tsypkinya@guz.ru 01.03.2023