

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

ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ

д-р экон. наук, доцента Сидорчука Р. Р. на диссертационную работу
Белянкина Глеба Александровича на тему «Развитие системы маркетинга
инноваций в молочной индустрии», представленную на соискание учёной
степени кандидата экономических наук по специальности

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

Белянкин Глеб Александрович, 1988 г. р., гражданин России, в 2010 г. окончил негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Восточный университет» по специальности «Мировая экономика». В 2018 году окончил аспирантуру федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова» по направлению 38.06.01 – Экономика.

В период обучения в аспирантуре Г. А. Белянкин прошел педагогическую подготовку, участвуя в организации образовательного процесса по таким дисциплинам, как маркетинг и интернет-маркетинг. При проведении лекционных, практических и лабораторных занятий со студентами показал себя профессиональным работником, способным заинтересовать аудиторию, изложить материал в выразительной и доступной форме.

В 2021 г. был прикреплен к кафедре маркетинга ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова» для подготовки к защите диссертационной работы на соискание учёной степени кандидата экономических наук.

В процессе подготовки диссидентант активно участвовал в научных конференциях и семинарах, разместил в профильных изданиях 19 работ, соответствующих тематике диссертации, 11 из них – в рецензируемых научных изданиях. Высокая публикационная активность – показатель твердо

сформировавшихся научных взглядов на проблематику исследования, научной зрелости, повышенного уровня ответственности.

В процессе подготовки диссертации Белянкин Г. А. продемонстрировал качества, необходимые для ученого-исследователя, в частности, умение проецировать теорию на практику, применяя инструменты анализа, синтеза, способность разрабатывать актуальные методики и систематизировать результаты.

Актуальность избранной темы исследования. Развитие системы маркетинга инноваций в молочной индустрии – задача стратегической и социальной значимости. Именно маркетинг инноваций способен сформировать адекватное продуктовое предложение для повышения спроса на инновационную молочную продукцию, что говорит о несомненной актуальности темы диссертации.

Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации. С помощью подробного анализа и критического мышления докторант корректно адаптировал уже известный научный инструментарий, разработанный для совершенствования системы маркетинга инноваций, к производственно-сбытовой деятельности молочных компаний различного типа, применив в том числе и методы получения инсайдерской информации (например, глубинное интервью). Это позволило определить роль инноваций в деятельности молочных компаний, конкретизировать практические инструменты, что в целом привело к совершенствованию системы маркетинга инноваций в компаниях молочной индустрии.

Для достижения поставленной цели соискатель последовательно решил комплекс научных задач:

1. Применил теоретические положения маркетинга инноваций (роль, задачи, этапы) к компаниям молочной индустрии, поставив акценты на ключевых факторах. Обосновал возможности применения маркетинговых стратегий и инструментария на примере конкретных предприятий.

2. Провел анализ рынка молочной продукции с учетом особенностей создания и продвижения инновационной продукции.

3. Предложил структуру и содержание системы маркетинга инноваций в компаниях молочной индустрии. Апробировал собственные гипотезы на практике изученных предприятий.

Научная новизна исследования:

1. Доработана и конкретизирована теоретическая составляющая системы маркетинга инноваций с акцентом на особенности, касающиеся компаний молочной индустрии.

2. Структурирован рынок инновационной молочной продукции с учетом характера ее создания и продвижения.

3. Разработаны стратегии маркетинга инноваций на основе комплексного исследования эффекта от внедрения инноваций на рынке молочной продукции, оценки их потребителями, что позволяет оперативно корректировать тактику освоения рынка на любых этапах товародвижения.

4. Создана схема пошаговой реализации маркетинга инноваций в компаниях молочной индустрии с целью оптимизации полного производственного цикла – от разработки до внедрения в массовое производство.

5. Предложены и апробированы в производственно-сбытовой деятельности различных компаний направления совершенствования системы маркетинга инноваций.

Теоретическая и практическая значимость исследования. В данной объемной, многоплановой теоретико-эмпирической работе конкретизированы маркетинговые принципы, инструменты внедрения и реализации прорывных и поддерживающих инноваций на этапах создания и выведения на рынок молочных продуктов на основе комплексного исследования потребительских ожиданий и предпочтений. Создана схема оптимизации всех бизнес-процессов. Разработана стратегия развития маркетинга инноваций в компаниях молочной индустрии.

Результаты успешно используются в практике ООО «Путогино»; разработаны рекомендации для «ЭкоНива-АПК», АПК «Братья Чебурашкины». Так, продукция «Эко-Нива Professional Line» появилась на рынке в конце 2018 г., а в октябре 2020 г. после проведения редизайна упаковок и улучшения состава

ультрапастеризованного молока объем продаж увеличился. В 2021 г. «X5 Retail Group» и «Несвижский завод детского питания» вывели на рынок принципиально новые концепты – йогурты с уникальными вкусами и пробиотическими бактериями, пользующиеся повышенным спросом, особенно у семей с детьми, а также людей, уделяющих внимание здоровому питанию.

Заключение. Диссертационное исследование Белянкина Г. А. на тему «Развитие системы маркетинга инноваций в молочной индустрии» соответствует требованиям пункта 9 Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации № 842 от 24.09.2013 г.), а соискатель заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика.

Научный руководитель:

Сидорчук Роман Роальдович,
д.э.н., доцент, профессор кафедры маркетинга
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».
Адрес места работы: 117997, Москва,
Стремянный пер., 28
рабочий тел.: +7 (499) 237-83-51
e-mail: Sidorchuk.RR@rea.ru

15.12.2021 г.

ПОДПИСЬ Сидорчука Р.Р.

УДО

Специалист по работе с персоналом

15.12