

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Щепетовой Инны Викторовны на тему **«Развитие методов исследования клиентского опыта в сфере общественного питания»**, представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

Интенсивное развитие рынка услуг общественного питания в условиях турбулентности, трансформация цепочек поставок, санкционное давление, изменение поведения потребителей и институциональной структуры рынка обуславливают актуальность темы диссертационного исследования И.В. Щепетовой. В научной литературе по маркетингу, в частности в сфере общественного питания, существует явный недостаток научных разработок, которые касаются адаптации и развития методов исследования клиентского опыта. Не вызывает сомнений необходимость детального исследования методов и инструментов маркетинговых исследований клиентского опыта при анализе всех возможных точек контакта предприятий питания и клиентов для последующей разработки клиентоцентричных решений и повышения тем самым устойчивости и конкурентоспособности компаний в изменяющихся условиях рынка.

В работе на основании отечественных и зарубежных научных исследований всесторонне изучены категории лояльности и дизайна услуг в сфере общественного питания. Автор разработал и обосновал комплексную методику исследования клиентского опыта, в которой интегрированы ставшие уже традиционными методы исследования поведения потребителей и методология дизайн-мышления. Такой подход представляется весьма интересным для рынка общественного питания, его субъектов и безусловно обладает признаками научной новизны. Автором не просто проведено эмпирическое исследование на основе разработанной методики, но и сделана попытка оценки её экономической эффективности для реализации в полном или ограниченном формате на предприятиях разного размера и моделей бизнеса. С практической точки зрения применение предложенной методики в коммерческой деятельности может способствовать повышению конкурентоспособности предприятий общественного питания.

Следует отметить, что, судя по автореферату, автор не придал большого значения учёту региональных особенностей для внедрения предлагаемой методики. Также представляется, что в ходе исследования автору следовало бы обратить больше внимания на такие факторы, как уровень компетенций сотрудников и наличие необходимых трудовых и финансовых ресурсов на предприятиях.

На основании представленного автореферата диссертации И.В. Щепетовой можно заключить, что работа является самостоятельным законченным научным исследованием. Достоверность полученных автором научных результатов обеспечена корректным выбором теоретико-

методологической основы исследования, логически выверенной структуры работы, публикациями по теме исследования. Несмотря на замечания, принимая во внимание признаки научной новизны и вклад автора в развитие теории маркетинга услуг общественного питания, а также практическую ценность полученных результатов, представляется, что диссертационное исследование соответствует требованиям действующего Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, предъявляемым к кандидатским диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, а её автор, Щепетова Инна Викторовна, заслуживает присуждения ей искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

*Панюкова Вероника Васильевна,
к.э.н., доцент кафедры «Торговое дело и торговое
регулирование» Федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Московский государственный институт международных
отношений (университет) Министерства иностранных дел
Российской Федерации».*

119454, Москва, проспект Вернадского, 76
+7 (495) 234-58-54
v.v.panyukova@inno.mgimo.ru



«14» ноября 2023 г.



ПОДПИСАНА

Специалист

I категории



« 14 » 11 20 23 г.