

В диссертационный совет 24.2.372.06  
на базе ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»,  
г. Москва, Стремянный пер., д. 36

## 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)

Тема диссертации посвящена изучению теоретических и методических подходов исследования категории клиентского опыта.

В научной литературе встречается большое количество публикаций, отражающих анализ основных тенденций на рынке услуг гостеприимства, классификаций типов предприятий в сфере общественного питания, описываются управленческие решения, приводится анализ бизнес-моделей предприятий услуг гостеприимства. В то же время ощущается явная нехватка научных и прикладных исследований и практики применения современных инструментов маркетинговых исследований потребительского поведения клиентов (гостей), что становится основой формирования конкурентных преимуществ и факторов дифференциации компаний на новом уровне.

Для повышения конкурентоспособности и укрепления устойчивости предприятий питания необходимо идентифицировать разрывы в процессах обслуживания клиентов и разрабатывать операционные решения их устранения на основе детального изучения восприятия потребителями клиентского опыта с применением разработанного теоретико-методического инструментария и комплексной методики исследования СХ, которая обосновывает интеграцию существующих инструментов маркетинговых исследований с современными, адаптированными методиками исследования клиентского опыта для специфики предприятий питания.

Исследование теоретических подходов к формированию клиентского опыта в сфере общественного питания позволило выявить его содержание, специфику; тенденции его развития. Таким образом, значимость его исследования была определена в качестве важного фактора развития сферы общественного питания.

Все это обуславливает актуальность темы диссертационного исследования, которая включает задачи всестороннего анализа имеющихся методических подходов и исследовательского инструментария и разработки новых, комбинированных методов исследования, воспринимаемого потребителями клиентского опыта в зависимости от типов, форматов компаний (предприятий питания) в секторе HoReCa в целях повышения их конкурентоспособности.

В диссертации Щепетовой И.В., судя по автореферату, на основе изученных классификаций клиентского опыта в маркетинге услуг, предложенных в различных научных источниках, а также с учетом особенностей и специфики клиентского опыта в сфере общественного питания и понимания, что для потребителя сегодня важна омниканальность, предложена классификация клиентского опыта с тремя подходами к его изучению с точки зрения его этапов, точек контакта, которые задействуют все органы чувств, и видов каналов коммуникаций и взаимодействия клиента и компании.

В работе описаны бизнес-модели проектов компаний сферы общественного питания, способных использовать весь потенциал бренда, особенно в части внедрения в деятельность комплексной методики исследования клиентского опыта, что, в свою очередь, позволяет разрабатывать гостецентричные решения, которые способствуют по заключению и доказательствам, представленным в исследовании, повышению конкурентоспособности предприятий.

Автореферат содержит методы получения и анализа данных исследования клиентского опыта, в том числе с использованием методологии дизайн-мышления; использования метода персон для профилирования потребительских сегментов предприятий питания; предложен пример наглядной иллюстрации полученных данных в проекте сферы общественного питания.

Автором представлены расчеты эффективности внедрения предлагаемой методики на основании апробации в практической деятельности предприятий сектора HoReCa: ресторанный холдинг Fortuna Group (г. Тверь), сеть кафе Garage (г. Барнаул), ресторан Душа (Москва). Отдельные результаты исследования используются при подготовке специалистов – маркетологов ресторанного бизнеса в РАНХиГС и ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В.Плеханова», а также при реализации программ ДПО в Школе ресторанного бизнеса А.Новикова.

Практическая ценность исследования подтверждается возможностью его применения для предприятий питания сектора HoReCa с целью развития их

маркетинговой деятельности. Рестораторам (владельцам и менеджерам ресторанного бизнеса) результаты диссертационного исследования позволят понимать источники конкурентных преимуществ и повышения конкурентоспособности и устойчивости своих компаний на основе изучения, проектирования и постоянного улучшения клиентского сервиса.

Также необходимо отметить, что, судя по автореферату, автору следовало бы больше внимания уделить анализу источников, представляющих российский опыт исследования клиентского опыта. Однако данный момент не снижает общей ценности исследования.

В связи с вышеизложенным, следует признать, что диссертационная работа соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Щепетова Инна Викторовна достойна присуждения ей искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

Доцент Департамента логистики  
Факультета экономики и бизнеса  
Финансового университета,  
к.э.н., доц.



Жильцова Ольга Николаевна

125167, г. Москва, Ленинградский просп., 49/2,  
телефон: +7 916 879-44-12, E-mail: ONZhiltsova@fa.ru

«13» ноября 2023 г.

