

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

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

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

Актуальность темы диссертационного исследования

Развитие услуг в сегменте общественного питания в настоящий момент характеризуется высоким уровнем конкуренции. Для сохранения позиций на рынке ресторанного бизнеса компаниям необходимо предлагать принципиально новые технологии клиентского сервиса.

На рынке общественного питания в настоящее время функционирует большое количество предприятий разных ценовых сегментов и различных специализаций, предлагающие блюда многих народов мира, что дает потребителю возможность выбора. Появляются новые форматы учреждений общественного питания, работа которых организована по сетевому принципу, что значительно повышает их устойчивое конкурентное положение.

Отдельное внимание необходимо уделить активному развитию гастрономического туризма, который положительно влияет на рост конкурентоспособности тех предприятий общественного питания, которые стараются сформировать и внедрить адаптированные маркетинговые стратегии, позволяющие обеспечить выход на туристские рынки с уникальным гастрономическим продуктом.

Тем не менее, несмотря на все перечисленные тенденции, рынок общественного питания в России еще не сформирован окончательно, постоянно появляются все новые предприятия питания с более интересными

предложениями, чем у конкурентов, а это означает, что для любого предприятия общественного питания формирование устойчивых конкурентных преимуществ позволит диверсифицироваться от множества остальных на рынке. Учитывая это, значительно возрастает роль комплексных маркетинговых исследований потребительского поведения, клиентского опыта, точек контакта потребителя и предприятия на этом рынке.

Данные факты обуславливают актуальность темы, направленной на всесторонний анализ имеющихся исследовательских программ, технологий и инструментов исследований на рынке общественного питания для разработки методического обеспечения исследований клиентского опыта в качестве основы повышения конкурентоспособности предприятия индустрии.

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

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций подтверждается использованием и детальным анализом значительного числа исследований, статистических данных и публикаций отечественных и зарубежных ученых в области методологии, экономики, менеджмента, маркетинга (в том числе маркетинга услуг), которые провела автор диссертации.

Библиографический список содержит 181 научный источник, ссылки на которые автор делает в соответствии с требованиями, и предлагает авторское развитие теоретических положений: например, предлагает расширенную трактовку ключевых терминов: «клиентский опыт на предприятиях общественного питания», «экстра-сервис», что представляет элементами научной новизны.

Обоснованность научных положений диссертационного исследования, а также выводов и рекомендаций, которые сделала Щепетова И.В., подтверждается публикациями автора основных положений диссертационного исследования в рецензируемых научных изданиях.

Научный аппарат, использованный для анализа исходных данных, который представлен таблицами, рисунками, ссылками на библиографические источники, отвечает требованиям обоснованности выдвигаемых в исследовании положений.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Достоверность подтверждается применением современных теорий всестороннего исследования поставленной проблемы, использованием данных официальной статистики о рынке общественного питания и субъектах этого рынка.

В результате авторских научно-исследовательских изысканий и теоретического осмысления актуальных методологических проблем исследования клиентского опыта Щепетовой И.В. получен ряд результатов, обладающих несомненной научной новизной:

- сформулированы расширенные определения научных понятий «клиентский опыт» и «гостецентричность» в сфере общественного питания, а также уточнена их роль в комплексной маркетинговой деятельности предприятий питания;
- на основании детального изучения и анализа практических приемов формирования клиентского опыта из других секторов бизнеса предложен авторский подход к проектированию клиентского опыта в сфере общественного питания;
- предложена авторская типология форматов предприятий питания в соответствии с текущими тенденциями рынка;
- разработана комплексная методика исследования клиентского опыта в сфере общественного питания и проведена ее апробация в рыночных условиях;
- доказано, что применение предложенной методики будет иметь положительный экономический эффект для предприятий питания различного

масштаба деятельности и функционирующих с использованием разных бизнес-моделей.

Замечания

Рассматриваемая диссертация Щепетовой И.В., наряду с отмеченными выше положительными моментами, содержит определенные недостатки, которые скорее носят дискуссионный характер. Среди них необходимо отдельно отметить:

- при характеристике особенностей предлагаемой структуры отдела маркетинга (стр. 126, пункт 3) предполагается участие отдела персонала. Однако, в тексте диссертационного исследования отсутствуют практические рекомендации по обеспечению устойчивого функционирования данного подразделения во взаимодействии с отделом маркетинга при реализации предлагаемой методики.

- автору следует уточнить какие именно организационно-экономические меры можно использовать для устранения проблемы текучести кадров на исследуемых предприятиях общественного питания с точки зрения возможностей цифровой экономики.

- при разработке комплексной методики исследования клиентского опыта и формирования гостецентричных решений автору следовало бы учитывать влияние и возможности роста конкурентоспособности за счет участия исследуемых предприятий общественного питания в программах гастрономического и событийного туризма.

Несмотря на суть этих замечаний, представляется, что они не влияют на общее положительное впечатление о диссертационном исследовании и не нарушают требований Положения о присуждении ученых степеней.

Заключение по диссертационной работе

Представленная для оппонирования диссертация Щепетовой Инны Викторовны является самостоятельной и завершённой научно-

квалификационной работой, выполненной на актуальную тему, содержит элементы научной новизны, а также обладает теоретической и практической ценностью.

Диссертационная работа соответствует требованиям п. 9 Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени кандидата наук, а её автор Щепетова Инна Викторовна заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг).

Официальный оппонент,
доктор экономических наук,
профессор, заведующий кафедрой
экономики и управления в сфере услуг
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический уни

Г.А. Карпова

Карпова Галина Алексеевна,

доктор экономических наук, профессор,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,
заведующий кафедрой экономики и управления в сфере услуг

191023, г. Санкт-Петербург, наб. Канала Грибоедова, д. 30-32, лит. А.

(812) 458-97-63 доб. 3814, 3854

karpovaga@rambler.ru

07.11.2023 г.