

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)

Исследование И.В. Щепетовой нацелено на выявление недостатков в комплексе методов исследования клиентского опыта и предложение новых методов исследования и анализа для сферы общественного питания.

В рамках решения поставленных задач Щепетова И.В. провела анализ развития рынка общественного питания и определила основные тренды его развития.

Автором проведен сравнительный анализ классификаций клиентского опыта, которые используются в разных отраслях и сферах и характеризуют уровень развития маркетинговой деятельности и подходов к управлению маркетингом в компаниях. Это позволило определить специфику формирования, исследования и реализации клиентского опыта в маркетинговой деятельности предприятий питания, что, как доказано автором, повышает уровень конкурентоспособности компаний. Для этого Щепетовой И.В. предложена комбинированная методика исследования клиентского опыта, в которой органично соединены как традиционные методы и инструменты маркетинговых исследований, так и элементы методологии дизайн мышления, что позволяет выявить особенности взаимодействия гостей с компанией в разных точках контакта и это становится основой для разработки гостецентричных решений, что, как доказано автором, повышает устойчивость и конкурентоспособность компаний разного размера, формы собственности и модели бизнеса.

Несмотря на достаточно хорошо представленные в автореферате результаты диссертационного исследования Щепетовой И.В., следует отметить, что автор не привел в своей работе расширенной трактовки понятия «клиентский опыт на предприятиях общественного питания», что выносится на защиту как один из пунктов научной новизны исследования. В чем суть расширенной трактовки, относительно каких дефиниций она «расширена», чем отличается от других и каково научное приращение знаний в связи с этим? Защита второго пункта новизны также вызывает некоторые вопросы. По каким критериям разработана классификация форматов предприятий общественного питания? Вызывает сомнение корректность применения комбинации некоторых параметров, приведенных автором, для классификации этих форматов. Кроме того, насколько правомерно в данной классификации использовать английские слова при том, что в русском языке есть синонимы названий этих форматов?

Следует также отметить некоторую небрежность автора в оформлении результатов исследования: в работе присутствуют орфографические ошибки и опечатки, неаккуратность и нечитабельность некоторых таблиц и рисунков.

Несмотря на указанные замечания, считаем, что диссертационное исследование представляет научный интерес, является законченным, авторским научным исследованием, которое проведено на актуальную тему, содержит

элементы научной новизны и вполне соответствует требованиям ВАК Минобрнауки России к кандидатским диссертациям по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (10. Маркетинг), а ее автор – Щепетова Инна Викторовна заслуживает присуждения ей искомой ученой степени кандидата экономических наук.

Попова Ольга Ивановна,
к.с.н, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента
Уральского государственного экономического университета

ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45, г. Екатеринбург, 620144
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет».
Телефон: 8-922-14-24-831
E-mail o.popova63@mail.ru

«15» ноября 2023 г.

_____/О.И. Попова

*Подпись Поповой О.И.
завершено.*

*Маталькин отдела управления
по работе с персоналом*

Ю.Е. Светская