

Заключение

о соответствии темы и содержания диссертации и автореферата
Мошкариной М.В. «Лояльность потребителей как нематериальный ресурс компании (на примере текстильной промышленности Ивановской области)», представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность)».

Комиссия Диссертационного совета Д 002.013.04 при Центральном экономико-математическом институте РАН (ЦЭМИ РАН) в составе д.э.н. Агафонова В.А., д.э.н. Бендикова М.А., д.э.н., профессора Данилина В.И. рассмотрела диссертацию и автореферат Мошкариной М.В. на тему: «Лояльность потребителей как нематериальный ресурс компании (на примере текстильной промышленности Ивановской области)», представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности: 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность)», и пришла к следующим выводам:

1. Представленная диссертация соответствует профилю Диссертационного совета Д 002.013.04.

Создание условий для устойчивого развития отраслей отечественной легкой промышленности, интегрированных в мировую систему разделения труда, основанных на естественных конкурентных преимуществах, на импортозамещении и инновациях, является приоритетом промышленной политики государства. Текстильная отрасль является одной из ключевых отраслей легкой промышленности Российской Федерации, обладает значительным трудовым и производственным потенциалом, обеспечивает рост благосостояния населения. Достижение цели устойчивого развития отечественных компаний – производителей текстильной товарной продукции – возможно только при поддержке спроса со стороны потребителей (покупателей) на внутреннем рынке страны. Развитие внутреннего спроса является первоочередной задачей производителей. В качестве драйвера роста внутреннего спроса выступает фактор лояльности потребителей к текстильной продукции отечественного производства. Феномен лояльности

потребителей, механизмы ее формирования для компаний текстильной промышленности, принципы управления лояльностью потребителей в силу его важности для развития отрасли требуют тщательного изучения и научного осмысления. Этим обусловлена актуальность исследования.

Диссертация по своему содержанию соответствует пунктам паспорта специальности 08.00.05 - «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами — промышленность)», а именно:

п. 1.1.2. Формирование механизмов устойчивого развития экономики промышленных отраслей, комплексов, предприятий.

п. 1.1.13. Инструменты и методы менеджмента промышленных предприятий, отраслей, комплексов.

2. Представленное соискателем исследование обладает признаками научной новизны. В числе результатов, обладающих научной новизной, следует отметить:

- выделение клиентелы и рыночной репутации как новых, ранее не исследованных форм лояльности потребителей текстильной продукции в сегменте B2B;

- поиск и определение каналов влияния лояльности на экономические показатели деятельности текстильной компании и её рыночную позицию;

- авторскую методику оценки клиентелы и рыночной репутации как новых форм лояльности потребителей в сегменте B2B;

- оригинальную модель управления лояльностью потребителей текстильной отрасли.

Результатами диссертационного исследования являются:

А. Выявление основных различий между феноменами лояльности в сегменте B2B и сегменте B2C. Классификация видов лояльности потребителей в сегменте B2B.

Б. Идентификация признаков лояльности как стратегического отношенческого ресурса компании текстильной промышленности. Определение факторов и каналов влияния лояльности на экономические показатели деятельности компании текстильной промышленности и её рыночную позицию.

В. Разработка синтетической методики оценки клиентелы и рыночной репутации компании как форм лояльности потребителей в сегменте B2B.

Г. Разработка модели управления лояльностью потребителей в текстильной отрасли.

Диссертационная работа проверена на заимствования с помощью программы «Антиплагиат». Результаты отчета программы показали: оригинальность – 89,42%, заимствования – 3,36%, цитирование – 7,21%.

Можно констатировать, что соискателем соблюдены требования, предъявляемые пунктом 14 Положения о присуждении ученых степеней.

Основные результаты диссертационной работы докладывались на международных и всероссийских научно-практических конференциях, симпозиумах и научных семинарах, опубликованы в 14 работах общим объемом 5,53 п.л., в том числе 5 – в изданиях, включенных в перечень ВАК РФ, 2 – в изданиях, индексируемых в базе данных «Скопус» (Scopus).

Список литературы и источников, содержащийся в диссертации, включает 150 наименований.

Ссылки на заимствования сделаны корректно.

3. Комиссия рекомендует:

Принять к защите на диссертационном совете Д 002.013.04 на базе ЦЭМИ РАН кандидатскую диссертацию Мошкаринной Марии Вячеславовны на тему «Лояльность потребителей как нематериальный ресурс компании (на примере текстильной промышленности Ивановской области)».

Д.э.н.



В.А. Агафонов

Д.э.н.



М.А. Бендииков

Д.э.н., профессор



В.И. Данилин

«26» июня 2019 г.