

ОТЗЫВ

На автореферат диссертации Хижиной Анастасии Михайловны

**«Методы разработки и реализации стратегии ценового
позиционирования продуктового портфеля зарубежной компании на
российском рынке»**

**на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народ-
ным хозяйством: менеджмент**

Вопросы разработки эффективных стратегий позиционирования в целом, и выбор оптимального метода позиционирования в частности, является крайне важным как для российских, так и для зарубежных компаний ввиду высокой турбулентности внешней среды. При этом поиск решения затрудняется стратегическим характером задачи, ее многофакторностью и высокими рисками принятия ошибочного решения, что актуализирует задачу поиска обоснованного управленческого алгоритма действий. В связи с этим важность и своевременность представленной работы не вызывает сомнений. Разработанный автором управленческий алгоритм формулировки и последующей реализации стратегии ценового позиционирования продуктового портфеля компании в категории товаров повседневного спроса раскрывает заявленную тему диссертационного исследования.

К научной новизне автором обоснованно относится выстроенная логическая цепь управленческих решений, которая должна сопровождать разработку элементарно-функциональной стратегии компании – стратегии ценового позиционирования. Практическая значимость результатов исследования обусловлена возможностью использования выводов и рекомендаций прове-

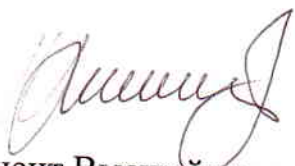
денного исследования российскими и зарубежными компаниями при разработке, внедрении и совершенствовании собственных стратегий ценового позиционирования на потребительских рынках России в категориях товаров повседневного спроса. В этой связи, особый интерес вызывает обоснованная автором взаимосвязь между потребительской ценностью и ценовым позиционированием, которое направленно на усиление заявленной целевой позиции товара или бренда. Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации, в полной мере присуща материалам диссертационного исследования, которые отличаются достаточной аргументированностью.

Полученные в данной работе научные результаты и разработанные практические рекомендации квалифицируются как решение актуальной научной проблемы, имеющей важное хозяйственное значение в сфере управления народным хозяйством и организацией в частности. Тем не менее, следует выделить некоторые замечания по представленному тексту:

1. В работе сделан акцент на таком важном аспекте менеджмента, как постоянный мониторинг процесса создания ценности в рамках всей цепочки ценности. Целесообразно было бы расширить анализ изучением практических примеров на рынке товаров повседневного спроса.
2. Необходимо усилить вывод автора о том, что стратегия ценового позиционирования и эффективная ценовая стратегия могут стать конкурентным преимуществом компании в современных динамичных условиях внешней рыночной среды.

В целом, в автореферате дается необходимое и достаточное представление о целях, задачах диссертационного исследования, методах их решения, научной новизне и практической значимости полученных результатов. Приведенный перечень публикаций и апробация работы свидетельствуют о взвешенном подходе автора к теме исследования. Это позволяет заключить, что диссертационная работа Хижиной Анастасии Михайловны соответствует

уровню и требованиям ВАК Российской Федерации, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: менеджмент».



Доцент Высшей школы менеджмента
Санкт-Петербургского государственного университета
по кафедре Операционного менеджмента
к.э.н. Кротов Константин Викторович

Санкт-Петербург, Волховский пер., 3
Тел. (812) 3238456
E-mail: k.krotov@spbu.ru
28 апреля 2015 г.

