

В диссертационный совет Д 505.001.104 ФГБОУ ВО «Финансовый университет при правительстве Российской Федерации» по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук

Отзыв

на автореферат диссертации

кандидата экономических наук, доцента Веретехиной Светланы Валерьевны на тему: «Методология прогнозирования средней цены экспортируемых товаров и совокупной стоимости владения наукоемким изделием», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг

В фокусе государства приоритетной задачей является не просто развитие отраслей, а разработка таких стратегий, которые позволяют достичь технологического суверенитета и обеспечить устойчивость экономики на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года за счет сырьевого и несырьевого экспорта, расширения рыночных сегментов и внедрения технологических инноваций. При этом для государства корректное прогнозирование экспортных цен важно для формирования доходной части бюджета (через расчёт таможенных пошлин), анализа платёжного баланса и оценки влияния внешнеэкономической деятельности на экономику в целом.

Отметим в этой связи, что диссертация Веретехиной С.В. посвящена актуальным вопросам прогнозирования средней цены для экспортируемых товаров в условиях ценовой конкуренции и совокупной стоимости владения наукоемким изделием в условиях неценовой конкуренции. При этом, как отмечает автор, цена экспорта зависит от огромного числа переменных: динамики мировых цен на сырьё, обменного курса, уровня инфляции, государственного регулирования, логистических издержек, сезонности, действий конкурентов и изменений в правилах международной торговли. Учесть и спрогнозировать все эти факторы в одиночку сложно, поэтому требуется применение сложных аналитических инструментов и методов (регрессионный анализ, машинное обучение, сценарное моделирование).

В диссертационном исследовании для решения важной научной задачи прогнозирования цены и стоимости автором расширены признаки социально-экономической системы экспортного маркетинга (СЭС ЭМ) мезо-экономического уровня (с.16-17). Такой комплекс взаимосвязанных элементов позволяет эффективно управлять выходом на зарубежные рынки с учетом не только экономических, но и социальных и экологических факторов. Признаки СЭС ЭМ расширены и описаны по иерархическому типу, масштабу, форме деятельности, степени открытости, в зависимости от поставленных целей и функционально-продуктовой принадлежности, уровня сложности, временного периода и национальных интересов, что расширяет научное знание.

Материалы автореферата позволяют заключить, что в автореферате диссертации представлены теоретико-методологические основы управления экспортным маркетингом, а именно: автором разработана стратегия повышения потребительской ценности наукоемкой продукции, описаны подходы создания уникального торгового предложения. Наиболее ценными при этом являются следующие результаты: имитационная модель управления экспортом и ее спецификация (с. 26-27); методика комплектования и управления запасами, включающая точный расчет по номенклатуре и стоимости (с. 28-29); информационные модели расчета издержек завышения и занижения плана, которые связаны с избыточным или неполным комплектованием запасных частей (с. 29-31). Разработаны метод управления совокупной стоимостью владения изделием в условиях неценовой конкуренции методика прогнозирования средней цены для экспортируемых товаров (с. 18-23 и с. 25-26), научный подход логического упорядочения входных параметров для сокращения количества итераций технико-экономического моделирования, итерационный алгоритм обоюдодовыгодного согласования технических характеристик и экономических показателей, агент-ориентированная модель поведения агента при лимитах запасных частей и временных ограничениях в процессе проектирования и изготовления наукоемкого изделия (с. 29-30), базовая система технических показателей для генетического паспорта наукоемкого изделия (с. 27-28); ценностно-ориентированный подход к управлению совокупной стоимостью владения, имитационная модель управления экспортом, оценка имитационной модели квалитетрическим методом патентной чистоты. Концептуально описана интегрированная система маркетинговой информации для экспортируемых товаров и наукоемкого изделия. Вышеперечисленные методики, методы, формы и информационные модели применимы для экспортного маркетинга в части прогнозирования средней цены экспортируемого товара и совокупной стоимости владения наукоемким изделием.

Дополнительно отметим, что метод управления совокупной стоимостью владения наукоемким изделием в условиях неценовой конкуренции основан на ценностно-ориентированном подходе, глубокой кастомизации под природно-климатические параметры конкретного зарубежного региона, процессы организации послепродажного обслуживания наукоемкого изделия; технико-экономическое моделирование проведено в отечественном программном комплексе технико-экономического моделирования. При этом методика прогнозирования средней цены для экспортируемых товаров объединяет четыре вида анализа (технический, трейдинг, фрактальный, экономический). На основе указанной методики автором разработаны модели трендов; результаты прогнозирования подтверждены прескриптивным бизнес-анализом. Представлены практические маркетинговые решения.

Применение автором продвинутых программных решений (системы управления ценой, инструменты анализа больших данных) делает прогнозирование более оперативным и точным. Это повышает практическую ценность темы исследования для бизнеса. Таким образом, актуальность темы обусловлена необходимостью бизнеса и

государства эффективно работать в условиях неопределённости, снижать риски и повышать конкурентоспособность на внешних рынках. В целом можно заключить, что исследование автора доведено до конкретных методик, методов, алгоритмов, информационных моделей и маркетинговых решений.

Замечания и рекомендации по материалам автореферата:

- 1) Тема диссертации искусственно сужена. В реальности в работе сделано больше. Стоило бы упомянуть в теме контекст международного маркетинга и/или ценовых стратегий на международных рынках.
- 2) Требуется более развернутые пояснения о том, как в дополненной смысловым содержанием метрике «Физическое окружение» (см. Рисунок 6 «Развитие комплекса маркетинга 7Р: описание новой смысловой нагрузки для метрики «Физическое окружение»», стр. 19 автореферата) учтено давление санкций для России, включающих серьёзные ограничения импорта высокотехнологичных технологий и результаты внедрения стратегий российского импортозамещения?

Диссертация на тему: «Методология прогнозирования средней цены экспортируемых товаров и совокупной стоимости владения наукоемким изделием» по своему теоретическому уровню, научной новизне и практическому значению удовлетворяет требованиям Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора наук, а ее автор, Веретехина Светлана Валерьевна, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальностям 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки).

Доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой маркетинга,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

«05» октября 2026 г.

Юлдашева Оксана Урняковна



Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
кафедра маркетинга факультета управления и бизнес,
Россия, 191023, г. Санкт-Петербург, набережная канала Грибоедова, дом 30 телефон:
+7(812)500-43-05, доб. 4929; 4928
email: dept.km@unecon.ru

