

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Имре Добоша на диссертацию Ян Цзяньфэя на тему: «Перспективы и потенциалы развития нейротехнологий и их применения в электронной коммерции Китая», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями).

I. Актуальность избранной темы

Несмотря на то, что вопросы, связанные с использованием нейротехнологий в экономике и маркетинге представлены в современной литературе, можно согласиться с автором в том, что работ, в которых рассматривалась бы специфика применения нейротехнологий в электронной коммерции Китая, практически, нет.

Кроме того, предлагаемая автором модифицированная модель исследования отношений потребителя к инструментам нейромаркетинга ранее не имела места в исследованиях других авторов. Совместное рассмотрение информированности и отношения покупателей Китая к применению нейротехнологий в коммерции имеет ценность, как в теоретическом плане, так и с позиции выработки практических рекомендаций.

Следует отметить комплексное рассмотрение автором вопросов использования нейротехнологий в экономике КНР и РФ. Автором были исследованы особенности восприятия инструментов нейромаркетинга населением Китая и России в единой, целостной системе.

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

Обоснованность научных положений диссертации обеспечивается тем, что:

- 1) Автор опирался в своем исследовании на работы ведущих отечественных и зарубежных специалистов. Среди них труды ученых, осуществивших вклад в развитие использования нейротехнологий в коммерческих целях разных стран. Всего список литературы включает 227 источников.
- 2) Автором были проведены эмпирические исследования. Результаты первого из них показали степень информированности и отношение граждан КНР к использованию нейротехнологий в коммерческих целях. В результате исследованы гипотезы автора о степени лояльности китайской публики к использованию нейротехнологий в коммерческих целях. В ходе второго эмпирического исследования проверены

авторские гипотезы об осведомленности китайской публики к применению нейротехнологий в сфере электронной коммерции. Методология исследований подробно описана автором и позволяет сделать заключение о достоверности полученных результатов.

Новизной обладают результаты сравнительного анализа отношения граждан КНР и РФ к использованию нейротехнологий в коммерческих целях.

Работа достаточно хорошо структурирована, материал изложен логично. Так, в первой главе автор рассматривает нейротехнологии. Исследован научный фундамент, на котором базируются нейротехнологии, основные инструменты, применяемые в сфере маркетинга. Проанализирован уровень использования нейротехнологий в маркетинге индустриально развитых стран. Выделена этическая проблема применения нейротехнологий в коммерческих целях.

Во второй главе исследуется современное состояние нейротехнологий в КНР. В частности, рассматриваются такие вопросы: уровень применяемых нейротехнологий, научные институты, работающие в данной области и компании, применяющие данные технологии. Отдельно приведена законодательная база в этой сфере. Часть материала главы посвящена результатам полевого исследования по выявлению отношения населения КНР к практике использования нейротехнологий в коммерческих целях. В частности, изучена степень информированности покупателей Китая о сути и использовании нейротехнологий в маркетинге. Автор привел данные о проверке ряда гипотез о взаимосвязи демографических характеристик покупателя со степенью одобрения использования нейротехнологий.

В третьей главе проведен сравнительный анализ характеристик отношения населения КНР и РФ к использованию нейротехнологий в коммерческих целях. Оценка отношения к нейромаркетингу в Китае и России показала, что большинство респондентов воспринимают его как естественную коммерческую практику предприятий. В современных научных исследованиях часто поднимается вопрос об этичности нейротехнологий, что оживляет научную дискуссию о его законодательном запрете. Однако, в отличие от отношения к нейромаркетингу в Европе, в КНР и РФ проявляется терпимость к его использованию.

В четвертой главе приведены результаты исследования изменений, происшедших в результате воздействия эпидемии коронавируса на отрасль электронной коммерции КНР. Даны практические рекомендации по использованию китайскими компаниями элементов нейромаркетинга в пост-пандемический период.

Сильной стороной работы является глубокая проработка большого числа источников. Автором показаны сильные стороны и ограничения основных подходов и определений исследуемых явлений. Следует ещё раз отметить проведенные автором эмпирические исследования, результаты которых показывают уровень информированности потребителей относительно использования нейротехнологий в коммерческих целях и их отношение к этому факту.

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

Достоверность и новизна сформулированных автором теоретических положений, выводов и рекомендаций обеспечивается глубокой проработкой большого количества научных работ, использованием современного научного инструментария и проведением эмпирического исследования с описанием методологии и полученных результатов.

В процессе диссертационного исследования автором были получены теоретические результаты, обладающие элементами научной новизны.

Автором был уточнен терминологический аппарат в рамках теории инноваций в области нейротехнологий. Диссертант предложил конкретные рекомендации для компаний электронной коммерции Китая в части применения нейротехнологий в пост-пандемический период. В рамках эмпирического исследования, с использованием регрессионных моделей были подтверждены или опровергнуты выдвинутые автором гипотезы.

В диссертации Ян Цзяньфэя использована современная научная методология и эффективные инструменты обработки экономической информации. Так эмпирические данные были собраны с использованием онлайн платформы “Wenjuan”. Обработка собранных данных осуществлялась с помощью программы “IBM SPSS Statistics 26”. В целом, автор показал знание специальной литературы и подходов к исследуемой проблеме, способность выполнять серьёзный самостоятельный анализ.

IV. Замечания

- 1) Следует признать, что автор добросовестно проанализировал достаточное число подходов к определению нейротехнологий и нейромаркетинга прежде, чем предложить свое определение нейромаркетинга. Тем не менее представляется, что автор мог рассмотреть ещё более широкий круг источников;
- 2) Вероятно, работа выиграла бы от рассмотрения особенностей использования нейротехнологий на рынке B2B;

- 3) Хотя автор использовал районированную выборку, пытаясь как можно более точно и полно отразить уровень осведомленности и отношение китайского населения к нейротехнологиям и нейромаркетингу, но выборку для проведения анкетирования можно считать не достаточно объективной с точки зрения возрастного распределения и некоторых других факторов. Кроме того, выборка, использованная для анализа в диссертации, составила всего лишь 240 респондентов. Меньший размер выборки может негативно сказаться на достоверности статистических данных.

Несмотря на вопросы и замечания, представленная работа обладает высокой степенью обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций.

Диссертация Ян Цзяньфэя на тему: «Перспективы и потенциалы развития нейротехнологий и их применения в электронной коммерции Китая» соответствует требованиям, установленным Приказом от 01.09.2016 года № 6821/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете», соискатель Ян Цзяньфэй заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями). Пункт 11 указанного Порядка диссертантом не нарушен.

Член диссертационного совета,

Доктор экономических наук, 08.00.05,

Профессор



Dr. Dósa Imre Ferenc