

## **ОТЗЫВ**

члена диссертационного совета Кораблевой Ольги Николаевны 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 выбранной темы**

Представленное диссертационное исследование посвящено актуальной теме, значимость которой связана с необходимостью формирования новых научных и практико-ориентированных подходов в маркетинговой деятельности, прежде всего, в инновационной и высокотехнологичной сферах.

Автором рассматриваются вопросы использования нейротехнологий для разработки и продвижения инноваций на рынке Китая. Для решения задач, поставленных в работе, исследованы теоретические, исторические и междисциплинарные аспекты нейротехнологий в контексте развития механизмов современного маркетинга.

Концептуальные выводы автора подтверждены эмпирическими данными и обоснованы проведенными полевыми исследованиями.

Структура работы обоснована и логична, что способствуют полноценному раскрытию исследовательской тематики. В Первой главе рассмотрено применение нейротехнологий в рамках инновационной деятельности компаний, выявлены актуальные проблемы нейромаркетинга на современном этапе, а также сформулирован понятийный аппарат заданной предметной области. Вторая глава посвящена изучению страновых особенностей нейромаркетинга на примере Китая. При этом рассмотрен широкий круг вопросов, характеризующих исторические аспекты становления нейромаркетинга в Китае, его законодательное регулирование, деятельность компаний, которые занимаются этим бизнесом, а также проанализирована степень информированности китайского населения о нейромаркетинге и его отношении к применению этого инструмента в коммерческих целях. Сравнительный анализ развития нейромаркетинга в России и Китае проводится в Третьей главе. Исследование отраслевой специфики нейромаркетинга на примере сферы электронной коммерции Китая представлено в Четвертой главе.

Целостный подход, который охватывает совокупность взаимосвязанных факторов, характеризующих нейромаркетинг, а также аргументированное изложение материала, позволило автору достичь цели диссертационной работы и внести свой вклад в

исследование теоретических и практических вопросов применения нейромаркетинга в Китае.

## **II. Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации**

Изучение диссертационного исследования и публикаций автора позволяет подтвердить достоверность и научную значимость положений, выносимых на защиту.

Наиболее значимыми могут быть признаны следующие результаты:

- 1) На основе проведенного исследования приводится авторское определение нейромаркетинга, которое предполагает интегрированную трактовку, основанную на междисциплинарном подходе. При этом автор утверждает, что нейромаркетинг «изучает активность мозга и эмоциональные изменения потребителей в процессе принятия потребительских решений и формирования предпочтений к бренду, а также выявляет подсознательную активность и паттерны поведения индивидуума в потреблении на основе данных, полученных в ходе экспериментов» (С. 39-40).
- 2) Обоснован вывод о том, что развитие нейромаркетинга как научного направления и прикладной дисциплины в разных странах характеризуется различной степенью проработанности. Факторы, стимулирующие или тормозящие его развитие, во многом определяются страновой спецификой. При этом, несмотря на то, что лидирующими странами в области развития нейромаркетинга считаются США, Великобритания и Германия и ряд других, во многих странах ограничено его прикладное применение, прежде всего, по этическим соображениям (С. 70-73);
- 3) Представляют научный и практический интерес результаты полевых исследований, проведенных автором. На основе анализа современного состояния развития нейромаркетинга в Китае, автором сформулированы гипотезы, которые были проверены в процессе анкетирования и статистической обработки полученных данных. В результате был выявлен уровень осведомленности китайского населения о нейромаркетинге, и общее отношение к его применению в коммерческих целях. Полученные данные были также использованы для проведения сравнительного анализа текущего состояния развития нейромаркетинга в России и Китае (С. 90-125, 131-132);
- 4) Заслуживает поддержки многофакторный подход к выявлению отраслевых особенностей нейромаркетинга на примере электронной коммерции. Автором были сформулированы особенности нейромаркетинга для этой сферы деятельности,

проведено исследование уровня информированности китайского населения о применении нейромаркетинга и нейротехнологий в сфере электронной коммерции, а также изучено влияние изменения внешней среды (например, вспышка пандемии COVID-19 в начале 2020 года) на деятельность китайских компаний электронной коммерции и возникающие в связи с этим возможности для расширения применения нейротехнологий. (С. 134-154);

- 5) Исследование применение нейромаркетинга в сфере электронной коммерции Китая в пост-пандемическую эпоху позволило выявить потенциал нейромаркетинговых технологий для повышения конкурентоспособности компаний, в том числе, за счет развития клиентоориентированности платформ электронной коммерции, улучшения коэффициента конверсии и ряда других факторов (стр.157-169).

### **III. Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации**

Обоснованность и достоверность научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертационной работе, определяется глубокой проработкой источников (227 источников, из них 124 на английском языке), основой которых послужили актуальные зарубежные академические исследования, представленные в реферируемых научных базах;

наличием статей в ведущих отечественных рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК; участием автора в научных конференциях.

Автором был продемонстрирован высокий уровень владения методологией научных исследований. Выбор методов исследования обоснован и соответствует заявленной проблематике. Исследование проводилось с применением общенаучных принципов комплексного изучения экономических явлений, методов системного, логического анализа, обобщения, методов математической статистики. Основной информационной базой диссертации стали эмпирические данные, полученные в ходе проведённых автором полевых исследований (анкетирования) среди китайского населения для выявления степени информированности о нейротехнологиях и нейромаркетинге в Китае.

### **IV. Вопросы и дискуссионные положения по содержанию диссертации**

- 1) Рассмотрение в теоретической части работы вопросов, связанных с Интернет-маркетингом, могло бы стать дополнительным преимуществом исследования, поскольку более подробное изучение характера взаимосвязи использования

нейротехнологий и Интернет-маркетинга представляет интерес как с научной, так и практической точек зрения.

- 2) При рассмотрении вопроса о применении нейротехнологий в маркетинге инноваций было бы полезно выявить специфику их использования как на рынке B2C, так и на рынке B2B. В диссертации автор в основном сконцентрировал своё внимание на исследовании рынка B2C Китая.
- 3) Обращает на себя внимание противоречие, связанное с тем, что автор подчеркивает важность этического аспекта нейромаркетинга, но при этом дает рекомендации о том, что «компаниям электронной коммерции пока не следует афишировать факт применения нейромаркетинга и нейротехнологий в своей деятельности».
- 4) Следует отметить определенные стилистические погрешности в изложении материала. Кроме того, в работе присутствуют структурные диспропорции, например, изложение некоторых параграфов занимает всего две страницы.

В целом, указанные недостатки не снижают высокого качества полученных диссертантом результатов.

#### **Общий вывод**

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,**

**Профессор кафедры экономики исследований**

**и разработок Санкт-Петербургского**

**Государственного Университета**

**О.Н. Кораблева**

**29.06.2021**

