

## **ОТЗЫВ**

**председателя диссертационного совета Коростышевой Елены Михайловны 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 темы исследования**

В последние годы в связи с развитием теории и практики в области маркетинга, инструменты традиционного маркетинга перестали полностью раскрывать предпочтения потребителей. Покупатели, в большинстве случаев, принимают решение о покупке на основе эмоциональных импульсов. Данный процесс возникает на подсознательных и бессознательных уровнях. В данном фоне, все больше и больше ученых обращает внимание на новый надежный способ для выявления механизма принятия потребителями решений на подсознательном и бессознательном уровнях: нейротехнологии. Они предоставляют маркетологам новые возможности изучать целевую аудиторию, хотя целесообразность и эффективность применения нейротехнологий для коммерческих целей в КНР пока сомнительна для предприятий и населения страны. Специального исследования для выявления отношения граждан КНР к использованию нейротехнологий в коммерческой области пока не было, как не было и сравнительного анализа текущего состояния применения нейротехнологий в маркетинге со стороны китайских или российских исследователей. Такое исследование может найти практическое применение в разных сферах. А актуальность темы данной диссертационной работы как раз и в анализе их перспектив в КНР.

Исходя из этого, цель данного исследования заключается в формировании концепции использования нейротехнологий в сфере маркетинга и электронной коммерции КНР с учетом специфики экономики Китая и последствий, привнесенных пандемией коронавируса.

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

Личный вклад автора состоит в изучении, сборе и анализе исходных данных с целью разработки концепции применения нейротехнологий в маркетинге (в отрасли электронной коммерции) Китая, в условиях меняющейся международной конъюнктуры (торговой войны между США и Китаем), и во время пандемии, и в пост-пандемический период. Кроме того, проведены эмпирические исследования по выявлению осведомленности китайского населения о применении нейротехнологий в маркетинге и в электронной коммерции.

Особо следует отметить те положения работы, которые представляют собой научную новизну и вклад в развитие темы:

- 1) С позиций развития шестого технологического уклада в ракурсе новейших инновационных технологий в диссертации проанализированы важнейшие нейротехнологии, используемые в маркетинге. Систематизированы подходы к определению понятия и сущности нейромаркетинга – дано собственное определение нейромаркетинга (С. 39-40);
- 2) Проанализирован уровень развития нейротехнологий и их использования в маркетинге в мире. Сделан вывод, что лидирующими странами являются США, Великобритания и Германия. Выявлены основные проблемы, препятствующие использованию инструментов нейротехнологий в коммерческих целях (основная проблема – этичности нейромаркетинга) (С. 72-73, 86-87);
- 3) Исследован уровень инфраструктуры для проведения нейромаркетинговых исследований в КНР. Выявлены сильные и слабые стороны данной и нфраструктуры (С. 97-105);
- 4) В контексте процессов коммерциализации инноваций автором получены результаты полевого исследования с целью выявления отношения граждан КНР к использованию нейротехнологий в коммерческих целях. В ходе данного аспекта исследования проверялся ряд гипотез (С. 118-123);
- 5) Проверены авторские гипотезы о степени информированности о нейротехнологиях и нейромаркетинге среди китайского населения, отношении китайской публики к применению нейротехнологий в маркетинге в коммерческих целях и в отрасли электронной коммерции. Исследована взаимосвязь между степенью осведомленности о нейротехнологиях среди китайского населения и их оценкой этих технологий, что представляет особую ценность в контексте совершенствования информационного обеспечения инновационной деятельности в данной области технологического развития (С. 115-118, 122-123, 149-156);

- б) Доказано отсутствие существенных различий между оценками китайского населения для разных аспектов, где платформа электронной коммерции применяет нейромаркетинг и нейротехнологии. Обосновано, что осведомленность китайского населения о применении компаниями электронной коммерции нейромаркетинга и нейротехнологий не имеет отношения к частоте совершения Интернет-покупок через платформу электронной коммерции (С. 152-156).

### **III. Достоверность и обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации**

Работа обладает высокой степенью обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций. Такую высокую оценку работы диссертанта обеспечивают широкое использование им эмпирического материала, подкрепленного анализом трудов зарубежных и отечественных ученых в области управления нейротехнологиями и инновациями; данные государственной статистики РФ и КНР, и базы данных международных организаций.

Главная проблема, которая рассматривается автором, точно определена в теме и масштабности задач для ее достижения. Успеху соискателя сопутствует та серьезная теоретико-методологическая база, на которой выстраивается все исследование.

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

Однако нельзя не отметить ряд недочетов и упущений автора:

- 1) В первой главе диссертации, описывающей теоретические основы нейромаркетинга, автор сравнивает нейромаркетинговые инструменты с инструментами традиционного маркетинга с точки зрения применяемых методов сбора потребительских данных и приходит к выводу, что нейромаркетинговые инструменты более эффективны, чем анкетирование и интервью в исследованиях целевой аудитории с малой выборкой данных, что благодаря нейромаркетингу можно получить более глубокую и достоверную информацию, скрытую на подсознательном уровне потребителей. А портативные нейромаркетинговые устройства в обозримом будущем позволят исследователям проводить полевые исследования и сбор данных в режиме реального времени в момент совершения покупок потребителем. Однако в данном исследовании автор не представил рабочего алгоритма (формулы) расчета эффективности использования нейромаркетинговых инструментов при сборе потребительских данных, чтобы

- аргументировать точку зрения о том, что инструменты нейромаркетинга более эффективны, чем инструменты традиционного маркетинга в плане сбора данных;
- 2) В четвертой главе автор утверждает, что китайские гиганты электронной коммерции широко применяют нейротехнологии и нейромаркетинг в своей коммерческой деятельности, а также заявляет, что сочетание нейромаркетинга с большими данными и искусственным интеллектом может привести к увеличению продаж и повышению коэффициента конверсии (CVR) компаний электронной коммерции, но не представляет конкретного плана для сравнения продаж (прибыли) компаний до и после использования нейротехнологий и нейромаркетинга. Восполнить данный пробел могут дальнейшие исследования с целью поиска возможных вариантов определения чистого увеличения прибыли компании от применения нейротехнологий и нейромаркетинга;
  - 3) Имеются определенные стилистические погрешности в изложении материала.

#### **V. Общее заключение по диссертации**

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). Пункты 9 и 11 указанного Порядка диссертантом не нарушены.

**Председатель диссертационного совета,**

**Доктор экономических наук,**

**Профессор кафедры экономической теории и  
экономической политики**

**Санкт-Петербургского Государственного  
Университета**



**Е.М. Коростышевская**