

## ОТЗЫВ

члена диссертационного совета на диссертацию Рыбаковой Юлии Владимировны на тему: «Концепция совместного создания ценности при разработке инновационных продуктов», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы (включает 219 наименований, в том числе 26 – на английском языке) и трех приложений. Объем работы на русском языке – 157 страниц машинописного текста (не считая приложений), имеется 21 таблица и 30 рисунков.

Диссертационное исследование Рыбаковой Ю.В. посвящено анализу концепции совместного создания ценности в деятельности инновационно-ориентированных компаний. Автор исходила из справедливой посылки, что «для успешного существования фирмы на рынке необходимо ориентироваться на потребителя и учитывать его мнение» (с.139). Такой подход приводит к возможности так называемого совместного творчества, когда клиент вовлекается в создание ценности продукта, что становится возможным при условии различных организационных изменений внутри самих фирм. Существенное изменение роли потребителя помогает компаниям добиваться успеха на рынке. Однако несмотря на то, что концепции совместного создания ценности посвящены многочисленные исследования как зарубежных, так и отечественных авторов, нельзя не признать, что её инструменты на практике пока востребованы лишь небольшим кругом передовых высокотехнологичных компаний. В связи с этим сформулированные автором в работе цели и задачи являются, безусловно, **актуальными, а их достижение имеет высокое научно-практическое значение.**

В качестве **объекта исследования** диссертант определила инновации, создаваемые с участием потенциального потребителя (клиентоориентированные инновации).

**В первой главе работы** анализируется сущность и тенденции развития концепции совместного создания ценности, а также использование соответствующих инструментов инновационно-ориентированными компаниями в России. Отмечается, что «реализация концепции ... дает возможность устранить информационную асимметрию между производителем и потребителем» (с.14), при этом автор формализовала различные варианты вовлеченности потребителей в процесс совместного создания ценности (с.16-17). В зависимости от размера фирмы, её целей и рыночного сегмента, на котором она функционирует, автор

выделяет пять ключевых моментов взаимодействия между компанией и её потребителями (с.19-21). Также г. Рыбакова Ю.В. справедливо ограничивает применимость концепции, указывая, что «клиентоориентированные инновации чаще всего являются инкрементальными, то есть только улучшают текущие технологии или продукты» (с.29). Интерес в параграфе 1.3. представляют результаты проведенного исследования практики применения инструментария маркетинга отношений и концепции совместного создания ценности в деятельности российских инновационно-ориентированных компаний.

**Во второй главе** рассматривается активно применяемая в мировой практике методика структурирования функции качества (Quality Function Deployment – QFD) и делается вывод о необходимости её модификации с учетом методологии концепции совместного создания ценности, для чего в неё вносится ряд корректировок. Также данная методика дополняется расчетом индекса конкурентоспособности на базе показателя степени удовлетворенности покупателя. Модифицированная методика QFD была апробирована на примере разработки нового продукта компанией, занимающейся внедрением на рынок системы «Умный дом».

**В третьей главе** – «Развитие инновационной инфраструктуры университета с учетом использования концепции совместного создания ценности» – были представлены результаты двух авторских исследований:

- об уровне инновативности и склонности к сотворчеству среди студентов СПбГУ и Таллиннского Технического Университета,
- о наличии у студентов СПбГУ заинтересованности в создании университетского бизнес-инкубатора и готовности принимать участие в его работе.

В заключительном параграфе 3.4. полученные в диссертации результаты позволили автору сформулировать итоговые рекомендации по совершенствованию инновационной инфраструктуры СПбГУ с учетом концепции совместного создания ценности.

Оценивая работу в целом, отмечу, что она представляет собой оригинальное исследование актуальной проблематики современного развития маркетинга инноваций, связанной с реализацией концепции совместного создания ценности при разработке инновационных продуктов. Научные выводы и рекомендации, сформулированные диссертантом, имеют теоретически обоснованный характер. **Достоверность теоретических и практических положений**, содержащихся в работе, не вызывает сомнений и базируется на анализе научных трудов как российских, так и иностранных авторов, использовании различных специальных методов научного исследования. Автор использовала законодательные и нормативно-правовые акты различного уровня, специализированные интернет-ресурсы. Информационной базой исследования стали эмпирические данные, полученные в ходе проведенных автором

исследований. Основные положения работы докладывались на международных научных конференциях. Диссертант имеет семь публикаций, включая одну статью в журнале, входящем в базу Web of Science.

#### **Научная новизна положений и выводов диссертационного исследования.**

К наиболее значимым результатам, обладающим научной новизной, относятся:

1. Предложен и определен термин клиентоориентированных инноваций (инновации всех видов и типов, полученные в результате интеграции потребителя в инновационный процесс на любых стадиях инновационного цикла на основе использования разнообразных инструментов), являющихся преимущественно инкрементальными (с. 28-30).

2. Исследована практика применения инструментария маркетинга отношений и концепции совместного создания ценности в деятельности российских инновационно-ориентированных компаний, в ходе которой проверялось шесть авторских гипотез, четыре из которых подтвердились (с.32-44). Полученные результаты позволили определить степень вовлеченности российских инновационно-ориентированных компаний в процесс совместного создания ценности.

3. Автором предложен ряд рекомендаций с целью модернизации методики структурирования функции качества с применением концепции совместного создания ценности (с.54-55).

4. Обоснована целесообразность реорганизации функциональной организационной структуры компании, занимающейся разработкой конкурентоспособных инноваций на базе концепции совместного создания ценности. В рамках рекомендованной модификации в дополнение к ролевым позициям разработчика, финансового аналитика, маркетолога в состав группы (т.н. «бригады маркетингового действия») предложено ввести представителя заказчика (потребителя инновации) (с.61-62).

5. На основе результатов исследования инновативности и склонности к сотворчеству среди студентов Санкт-Петербургского Государственного Университета и Таллиннского Технического университета были построены регрессионные модели и проведен анализ факторов, влияющих на мотивацию потребителей к участию в совместных разработках, а также выявлены предпочтительные способы такого участия (параграф 3.2.).

Признавая несомненные достоинства диссертации, отметим также и **наличие отдельных дискуссионных вопросов и замечаний.**

1. На с.22-23 автор рассматривает различные подходы к определению понятия «инновация». При этом такой источник как «Руководство Осло» рассматривается как один из вариантов, наряду с другими авторами. Такой подход вызывает удивление. Все-таки «Ру-

ководство Осло» - это международно-признанный документ, устанавливающий терминологию в инновационной сфере, разработанный под эгидой Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Европейского статистического бюро (Евростат). Наше законодательство по сути основано именно на понятийном аппарате «Руководства Осло». При этом среди приведенных автором определений российский закон № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике», вообще не упомянут.

2. Также я не согласен с представленной автором на с. 24 ситуацией возникновения малых инновационных фирм, получивших название «внешний венчур» или «спин-офф». В изложении автора это сторонняя малая фирма-инициатор технологической идеи, получившая финансовую поддержку крупной высокотехнологичной компании взамен пакета акций в малой компании. Принятый в экономике подход определяет спин-офф как малую фирму, отпочковавшуюся от материнской компании (учреждаемую её) для реализации конкретного инновационного проекта. Кстати, именно такой подход содержится и в статье С.В.Валдайцева, на которую ссылается автор.

3. В параграфе 2.3. приводится апробация модифицированной методики «Структурирования функции качества». В качестве исследуемого объекта/продукта была выбрана система «Умный дом», созданная на основе сервиса компонентной технологии Интернета вещей. Однако описание этой системы занимает слишком много места в работе (более 10 стр.).

4. В начале параграфа 3.1 говорится о малоактуальной ныне Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. Вместе с тем принятая в 2016 г. Стратегия научно-технологического развития России на период до 2035 г. почему-то даже не упомянута.

5. Не могу согласиться с утверждением автора на с.85 о том, что в перечень объектов, входящих в технопарковые структуры, могут входить органы государственной власти.

6. Также категорически не согласен и еще с одним утверждением автора – на с.97: «исторически Эстонская Республика и Российская Федерация (в особенности, ее Северо-Западная часть) имели развитые экономические и культурные связи на протяжении столетий, поэтому можно говорить о схожей ментальности населения». Считаю, что ментальность коренного населения Эстонии и россиян все-таки отличается, причем весьма существенно.

7. Параграф 3.3. называется «Обоснование целесообразности создания и развития бизнес-инкубатора при СПбГУ». Однако зачем обосновывать *целесообразность его создания*, если он уже был создан два года назад? Другое дело – это то, что его востребованность оказалась достаточно низкой по причине небольшого числа созданных при университете

стартапов. Но это уже отражает российскую проблему низкого уровня развития малого инновационного предпринимательства.

8. На с.130 автор пишет, что «в данной работе концепция совместного создания ценности рассматривалась как одна из составляющих инновационной инфраструктуры университета». Правомерность такого подхода вызывает у меня сомнение, поскольку установившееся определение инновационной инфраструктуры, включая и трактовку федерального закона № 127-ФЗ, рассматривают её как совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов. Любая научная концепция к числу организаций явно не относится.

Указанные недостатки и замечания не затрагивают основных теоретических положений и практических рекомендаций, сделанных диссертантом в ходе исследования, и не влияют на общую положительную оценку исследования.

Представленная к защите диссертация написана на актуальную тему, сделанные в работе выводы отличаются научной новизной, достоверностью и обоснованностью. Выводы и рекомендации, полученные в результате исследования, могут применяться заинтересованными организациями. Научные публикации Рыбаковой Ю.В. достаточно полно отражают содержание диссертации и характеризуют автора как квалифицированного специалиста, владеющего современными методами научных исследований.

**Диссертация Рыбаковой Юлии Владимировны на тему «Концепция совместного создания ценности при разработке инновационных продуктов» соответствует основным требованиям, установленным Приказом от 01.09.2016 № 6821/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете», соискатель Рыбакова Юлия Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством. Пункт 11 указанного Порядка диссертантом не нарушен.**

Член диссертационного совета,  
доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики исследований и разработок  
экономического факультета СПбГУ



(Мотовилов О.В.)

28 января 2021 г.