

## ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Соловьевой Юлии Николаевны на диссертацию Галай Натальи Игоревны на тему: «Применение нейротехнологий в коммерческой сфере РФ (на примере маркетинга банковских депозитных услуг)», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика.

### **Актуальность выбранной темы.**

В российской научной литературе инструментарий нейромаркетинга остается относительно слабо проработанной темой в силу недолгой истории существования и пока еще низкой распространенности в практике деятельности российских компаний. Вместе с тем, нейротехнологии открывают дополнительные возможности исследования потребительских предпочтений, недоступные для традиционных инструментов. Анализ инструментов нейромаркетинга применительно к конкретным рынкам является актуальным вопросом для научных и практических целей.

В диссертационной работе сделаны актуальные выводы по возможности использования нейротехнологий на примере банковского маркетинга и депозитных продуктов. Данный подход может быть экстраполирован на другие отрасли в силу высокой значимости анализа новых маркетинговых инструментов.

### **Достоверность и новизна результатов исследования.**

Как следует из библиографического списка, автором проанализировано 134 источника, включая российские нормативно-правовые акты, монографии, статьи, при этом основное внимание уделено зарубежной литературе, в которой подробно описана проблематика использования нейротехнологий в коммерческой сфере.

Эмпирические данные для исследования получены автором в ходе трех раундов анкетирования, в которое были вовлечены представители компаний, потребители широкого круга товаров, а также потребители банковских услуг. Полученные данные прошли обработку с помощью программного продукта IBM SPSS Statistics методами частотного и корреляционного анализа, что позволило достоверно подтвердить или опровергнуть выдвинутые в ходе исследования гипотезы.

Научная новизна исследования выражается в следующих результатах исследования:

- уточнение термина «нейромаркетинг», который автор связывает с инструментарием маркетинговых исследований и дифференцирует с термином «сенсорный маркетинг»;
- систематизация используемых в российской и зарубежной практике маркетинга инструментов нейротехнологий, выявление отличий российского сценария развития нейромаркетинга;
- оценка информированности и отношения потребителей к использованию нейротехнологий в коммерческих целях;
- установление закономерностей в поведенческих характеристиках клиентов банковских депозитных услуг; уточнение сегментации потребителей банковских услуг; предложение математической модели механизма выбора банковских депозитных услуг; обоснование необходимости формирования имиджа банков в дополнение к продвижению рациональных мотивов выбора услуги депозита.

Приведенный в исследовании подход является оригинальным и может быть расширен в рамках дальнейших научных исследований.

#### **Степень обоснованности научных положений.**

Работа обладает высокой степенью обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, что обусловлено широким использованием эмпирического материала, подкрепленного анализом трудов зарубежных и отечественных ученых в области управления нейротехнологиями и инновациями. Обоснованность обеспечивается внутренней непротиворечивостью, строгостью и корректностью использования системных методов анализа данных, обстоятельной аргументацией принятых допущений.

#### **Значимость для науки и практики научных результатов.**

Научная значимость исследования обусловлена углубленным изучением нейромаркетинга в российской практике как экономического явления. Примененный в диссертации подход может быть использован в аналогичных исследованиях, рассматривающих нейромаркетинг в иных отраслях экономики.

В практических целях полученные рекомендации могут использоваться для построения стратегического банковского маркетинга и проработки имиджевой стратегии для повышения конкурентоспособности банковских депозитных услуг.

## **Рекомендации по итогам результатов и выводов.**

Материалы диссертации рекомендуется включить в учебные программы бакалавриата и магистратуры учреждений высшего образования по направлению «инновационный менеджмент».

## **Вопросы и дискуссионные моменты, содержащиеся в диссертации.**

- 1) В формулировке научной новизны во введении (с.8) используется термин «информационность потенциальных потребителей», «анализ информационности и использования инновационного нейротехнологического подхода». Понятие информационности не объяснено; можно предположить, что автор подразумевает информированность.
- 2) Автор, исследовав отношение потребителей к инновационным нейротехнологиям и выявив умеренно негативное отношение к ним, делает вывод о низком риске их законодательного запрета. Данный вывод, возможно, является недостаточно обоснованным, так как не определены позиции лидеров общественного мнения, некоммерческих организаций, политических партий.
- 3) Имеются погрешности в оформлении списка литературы: не используется единый библиографический стандарт.
- 4) В выборке респондентов, проходивших анкетирование, доминируют молодые люди (87% до 25 лет). Это не уменьшает ценности полученных выводов, так как молодежь более восприимчива к инновациям и представляет собой рынок будущего. Однако этот факт следовало бы отразить в названии параграфа («Исследование отношения молодежи к использованию нейротехнологических инноваций», а не российских потребителей в целом).
- 5) В параграфах 2.2 и 2.3 не представлен в полной мере дизайн исследования, а лишь его результаты. Отсутствие предварительной модели исследования несколько обеднило математический аппарат, используемый автором. Доминирование в выборке представителей бизнеса сотрудников с низким уровнем экспертности в области нейротехнологий ограничило прогностические возможности автора в области перспектив нейромаркетинга в российских практике.

б) Недостаточно подробно освещен вопрос о существующей практике использования нейротехнологий российскими и зарубежными банками. В тексте диссертации исторический аспект становления нейротехнологий и нейромаркетинга рассматривается в основном сквозь призму академических исследований.

Обозначенные дискуссионные позиции не влияют на положительную оценку диссертационного исследования, сформулированных научных положений и уровня их новизны. Представленная работа соответствует нормативным требованиям к диссертационным исследованиям на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

### **Вывод**

Диссертация Галай Натальи Игоревны на тему: «Применение нейротехнологий в коммерческой сфере РФ (на примере маркетинга банковских депозитных услуг)» соответствует основным требованиям, установленным Приказом от 19.11.2021 № 11181/1 «О порядке присуждения ученых степеней в Санкт-Петербургском государственном университете», соискатель Галай Наталья Игоревна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика. Нарушения пунктов 9 и 11 указанного Порядка в диссертации не обнаружены.

Член диссертационного совета

Доктор экономических наук, профессор  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет»

12.01.2023



Ю.Н. Соловьева

Подпись руки заверяю  
Ю.Н. Соловьева  
12.01.2023

Сведения о члене диссертационного совета:

Шифр и название научной специальности, по которой защищена диссертация:

*08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)*

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»*

Почтовый адрес: *191023, Санкт-Петербург, канал Грибоедова, д. 30/32*

Телефон: *+7-821-310 19 57*; Электронная почта: *solovjova@unecop.ru*