

В диссертационный совет

24.2.425.01 при ФГБОУ ВО

«Уральский государственный

экономический университет»

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Седельникова Владислава Михайловича
на тему «Реализация управленческой стратегии удержания клиентов
компаний на основе ценностно-ориентированного подхода», представленной
на соискание ученой степени кандидата экономических наук по
специальности 5.2.6. Менеджмент

Диссертационное исследование Седельникова В. М. посвящено проблеме реализации управленческих стратегий удержания клиентов компаний. Автор фокусируется на детальном рассмотрении вопросов теоретического, методологического и методического обеспечения реализации управленческих стратегий на основе технологий маркетинга и менеджмента.

Актуальность исследования Седельникова В.М. обусловлена глубокими изменениями потребительского поведения, вызванными как глобальными геополитическими вызовами на мировых рынках, санкционной политикой, так и цифровизацией и диджитализацией бизнес-процессов компаний.

Автореферат убедительно демонстрирует, что современные проблемы, с которыми сталкиваются компании, такие, как ужесточение конкуренции за потребителя, сокращение жизненных циклов продуктов и услуг, замедление расширения клиентской базы, поиск и удержание имеющихся клиентов, требуют пересмотра традиционных методов управления.

Научный результат работы заключается в разработке теоретико-методологических и практических рекомендаций по реализации управленческой стратегии удержания клиентов компаний на основе

ценностно-ориентированного подхода. Автор предлагает оригинальную трактовку понятия «управленческая стратегия удержания клиентов компаний», учитывающую возможности применения технологий маркетинга и менеджмента в процессе реализации управленческих стратегий. На основе критерия долгосрочности взаимоотношений с потребителями дополнена классификация управленческих стратегий с учетом этапов жизненного цикла клиента (CLV). Эти результаты вносят существенный вклад в теорию стратегического управления, дополняя ее авторской концептуальной теоретико-методологической моделью реализации управленческой стратегии удержания клиентов компаний, в основе которой лежит расчет финансовых и ценностных показателей.

Научная значимость исследования проявляется в разработке и систематизации теоретических и методических положений, а также практического инструментария реализации управленческой стратегии удержания клиентов компаний, позволившей предложить инструменты, направленные на повышение эффективности взаимодействия компаний и потребителей в целом и эффективности использования клиентской базы компаний в частности. Работа заполняет пробелы в исследованиях, связанных с управлением клиентской базой компаний, предлагая новые концептуальные и методические решения. Использование автором управленческого инструментария, в частности построение стратегических карт на основе сбалансированной системы показателей, матрицы конкурентного положения Томпсона-Стрикленда, матрицы выбора управленческих стратегий, матрицы когортного анализа, карты потребительского опыта (CJM) может транслироваться и на другие отрасли и сферы экономики, что значительно расширяет область их научного влияния.

Практические результаты исследования заключаются в возможности внедрения предложенных методики оценки результативности управленческой стратегии удержания клиентов компаний и управленческого механизма ее реализации в деятельность предприятий ресторанного бизнеса. Апробация результатов в ООО «Ресто-Арсенал» и ООО «Торг Урал Сервис» подтвердила их эффективность, продемонстрировав положительную динамику ключевых показателей. Разработанные рекомендации могут быть включены в учебные программы, что усиливает их практическую значимость для подготовки специалистов.

При достаточно высоком уровне научной работы и реализованных практических результатах, важно также указать на некоторые недостатки:

1. Не совсем понятно, почему из авторской классификации моделей оценки нематериальных активов в качестве основы для оценки уровня

результативности управленческой стратегии удержания клиентов компаний была выбрана именно модель жизненного цикла клиента (CLV);

2. С чем связано выделение в качестве ключевой проекции «Клиенты», а не «Финансы» в стратегической карте, построенной на основе сбалансированной системы показателей (ССП).

Правомерно заключить при этом, что, в целом, результаты диссертационного исследования Седельникова В. М. представляют собой значимый вклад в теорию и практику реализации управленческой стратегии удержания клиентов компаний. Научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования делают его ценным вкладом в развитие теоретико-методологического и практического инструментария реализации управленческих стратегий, особенно в условиях влияния факторов внешней и внутренней среды. Результаты работы открывают новые перспективы для дальнейших исследований в данной области и могут быть рекомендованы к внедрению в практику управления предприятиями ресторанного бизнеса.

Судя по автореферату, диссертационная работа на тему: «Реализация управленческой стратегии удержания клиентов компании на основе ценностно-ориентированного подхода» Седельникова В. М. удовлетворяет требованиям «Положения о присуждении ученых степеней». Автор исследования достоин присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6 Менеджмент.

ФГАОУ ВО

«Южный федеральный

университет», и.о.зав.

кафедрой «Маркетинг и
коммуникации в бизнесе»,

д.э.н., профессор

Заслуженный деятель науки РФ

«21» октября 2025 г.

Н. П. Кетова

Кетова Наталья Петровна

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Личную подпись Кетовой Н. П.

ЗАВЕРЯЮ:

Специалист по управлению персоналом
1 категории Шарова В. А.

«21» 10 2025 г.



ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», 344090, г. Ростов-на-Дону,
пр. Стачки, 200/1, каб. 216, +7(863) 218-40-00 доб. 13016, nketova@sfedu.ru