

Заключение диссертационного совета МГУ.08.04
по диссертации на соискание ученой степени кандидата наук
Решение диссертационного совета от «20» декабря 2018г. № 11

О присуждении Цивлину Александру Петровичу, гражданину РФ, ученой степени кандидата экономических наук.

Диссертация «Управление клиентским опытом в высокотехнологичной организации» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг принята к защите диссертационным советом 15 ноября 2018г., протокол № 9.

Соискатель Цивлин Александр Петрович, 1984 года рождения, в 2014 году окончил магистратуру Высшей школы управления и инноваций Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. В 2017 году окончил аспирантуру экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова на кафедре маркетинга по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

Соискатель работает в должности координатора проектов ПАО «МТС».

Диссертация выполнена на кафедре маркетинга экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Герасименко Валентина Васильевна работает в должности заведующей кафедрой маркетинга экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Официальные оппоненты:

Скоробогатых Ирина Ивановна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга ФГБОУ ВО «РЭУ имени Г.В. Плеханова»

Азоев Геннадий Лазаревич – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

Лапидус Лариса Владимировна – доктор экономических наук, профессор, директор Центра социально-экономических инноваций экономического факультета ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

дали положительные отзывы на диссертацию.

Соискатель имеет 6 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации 6 работ, из них 4 статьи, опубликованных в рецензируемых научных изданиях,

рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ М.В. Ломоносова по экономическим наукам:

1. Герасименко В.В., Цивлин А.П. Внедрение краудсорсинга в управление клиентским опытом высокотехнологичной компании. // Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» - 2017. - № 10. - С. 256-265. 1,2 п.л. (авт. – 1,1 п.л.). ИФ РИНЦ 2017 – 0,377

2. Герасименко В.В., Цивлин А.П. Конкурентоспособность в эпоху digital: экосистема-качество-клиент. // Журнал «Аудит и финансовый анализ» - 2017. - № 7. – С. 350-354. 0,62 п.л (авт. – 0,52 п.л.). ИФ РИНЦ 2017 – 0,370

3. Цивлин А.П. От М2М к IoT: эволюция через синергию. // Журнал «Логистика» - 2015. - № 12 (109). – С. 40-45. 0,7 п.л. (авт. – 0,7 п.л.). ИФ РИНЦ 2017 – 0,324

4. Цивлин А.П. Трансформация матричной структуры организации в современных рыночных условиях. // Журнал «Проблемы теории и практики управления» - 2017. - №6. – С. 108-116. 1,06 п.л. (авт. – 1,06 п.л.). ИФ РИНЦ 2017 – 0,776

На диссертацию и автореферат поступило 3 дополнительных отзыва, все положительные.

Выбор официальных оппонентов обосновывался их компетентностью, научными разработками, наличием публикаций по рассматриваемой проблематике в указанной сфере исследования и вкладом в развитие данной научной отрасли.

Диссертационный совет отмечает, что представленная диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук является научно-квалификационной работой, в которой на основании выполненных автором исследований содержится решение задачи, имеющей значение для развития соответствующей отрасли знаний. Работа соответствует п. 2.1 Положения о присуждении ученых степеней в Московском государственном университете имени М.В Ломоносова.

Полученные результаты обладают практической значимостью и могут использоваться в процессе совершенствования реализации принципов маркетинга отношений в высокотехнологичных компаниях сферы цифровых продуктов и услуг. Подходы, связанные с построением модели предиктивного учета клиентского опыта, включая соответствующие методические рекомендации и предложения по их перспективному использованию в комбинации с методом наблюдения за индивидуальной

потребительской активностью, были внедрены в практике деятельности департамента качества и клиентского опыта (блок маркетинга) ПАО «МТС».

Диссертация представляет собой самостоятельное законченное исследование, обладающее внутренним единством. Положения, выносимые на защиту, содержат новые научные результаты и свидетельствуют о личном вкладе автора в науку:

1) ключевыми факторами, в наибольшей степени оказывающими влияние на способность высокотехнологичного предприятия участвовать в конкурентных взаимоотношениях на рынке, являются: системный анализ клиентского опыта и потребительских предпочтений на основе цифровых технологий, ориентация на создание продуктов с максимальной потребительской ценностью с точностью до отдельно взятого клиента, актуализация системы управления маркетинговой деятельностью компании с учетом изменений в потребительском поведении и новых форм конкуренции;

2) в условиях растущего внедрения цифровых технологии на современных рынках происходят изменения в параметрах потребительской ценности продуктов и услуг по сравнению с предыдущими этапами технологического развития, связанные с их растущей сложностью и комплексным характером, что изменяет требования к конкурентоспособности высокотехнологичных компаний;

3) управление взаимоотношениями высокотехнологичной компании с клиентской базой требует совершенствования организационной структуры управления на основе принципов централизации и кластеризации с учетом рыночного потенциала развития сегментов гео-распределенного рынка;

4) подход к управлению клиентским опытом на основе принципа декомпозиции цепочки контакта делает возможным формирование объективной численной оценки уровня оказанного сервиса с позиции конечного потребителя, что способствует максимизации потребительской полезности цифровых продуктов и услуг высокотехнологичной компании;

5) сформулированные целевые методы сбора и обработки информации о потребительских предпочтениях и качестве клиентского опыта с точностью до отдельно взятого потребителя являются основой для построения системы двусторонней коммуникации компании с потребителем в интересах развития клиентской базы и максимизации потребительской полезности цифровых продуктов и услуг.

На заседании 20 декабря 2018 г. диссертационный совет принял решение присудить Цивлину Александру Петровичу ученую степень кандидата экономических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 16 человек, из них 3 доктора наук (по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг), участвовавших в заседании, из 19 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за - 15, против - 1, недействительных бюллетеней - 0.

Председатель диссертационного совета МГУ.08.04
доктор экономических наук, профессор _____ Иващенко Н.П.

Ученый секретарь диссертационного совета МГУ.08.04
кандидат экономических наук, доцент _____ Попова В.Г.

20 декабря 2018 года