

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Государственного образовательного
учреждения высшего образования
Луганской Народной Республики
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»,

д.т.н., профессор

В.Д. Рябичев

«10» июня 2021 г.



ОТЗЫВ

ведущей организации по диссертации

Княжевского Ильи Игоревича на тему «Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках», представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

Актуальность выбранной темы

В мировой практике все большее значение покупатели уделяют возможностям Интернет-торговли, о чем свидетельствует значительное число операций – покупок, совершаемых людьми по всему миру. Использование новых каналов продвижения продукции, социальные сети, веб-сайты, мультимедийная реклама, онлайн-реклама в поисковых системах, электронный маркетинг, интерактивный маркетинг (опросы, добавления в игры, мобильный маркетинг) предоставляет предприятиям новые возможности для ведения бизнеса в виртуальном пространстве и определяет новые принципы поведения на рынке.

Информационно-коммуникативные характеристики Интернет-среды открывает перед потребителями и организациями новые возможности и перспективы и требуют нового взгляда на процессы коммуникации и пересмотра используемых ранее подходов привлечения внимания клиентов. Современные предприятия вынуждены искать новые эффективные формы продвижения на рынок и позиционирования своих товаров или услуг.

В этих условиях на первый план выходит разработка маркетинговой стратегии торгового предприятия с обеспечением клиентоориентированного подхода, позволяющая изменить маркетинговую парадигму, обеспечить

условия для успешного развития и конкурентного позиционирования бизнеса на виртуальном рынке. В этой связи диссертационная работа на тему «Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках» является актуальной.

Основное внимание в диссертационной работе уделено разработке теоретических основ и методических подходов к изучению маркетинговой деятельности предприятия, возможности использования маркетингового инструментария торговыми предприятиями на виртуальных рынках, разработке рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии предприятия на виртуальных рынках.

Выводы и рекомендации, полученные в диссертационной работе, являются необходимыми для повышения эффективности маркетинговой деятельности торговых предприятий на виртуальных рынках как в теоретическом, так и в практическом плане, что в свою очередь будет способствовать развитию экономики Донецкой Народной Республики.

Основные научные результаты и их значимость для науки и практики

Основные элементы научной новизны, определяющие научную и практическую значимость диссертации Княжевского Ильи Игоревича, заключаются в следующих положениях:

Получил дальнейшее развитие понятийно-категориальный аппарат проблемы исследования в части уточнения понятий: «маркетинговая стратегия торгового предприятия на виртуальном рынке»; «виртуальный рынок»; «стрим», «стрим-маркетинг».

Разработан алгоритм диагностики маркетинговой деятельности торговых предприятий на виртуальных рынках, дополненный анализом их активности в социальных сетях и оценкой уровня использования инструментария интернет-маркетинга, что позволит оценить сильные и слабые стороны маркетинговой политики торгового предприятия, определить потенциальные риски и возможности его функционирования в интернет-среде.

Усовершенствован концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках, который в отличие от существующих основан на сочетании традиционного комплекса маркетинга с использованием маркетинговых интернет-технологий для продвижения товаров в виртуальном пространстве, что позволит увеличить

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Считаем целесообразным продолжить работу в направлении исследований процессов функционирования предприятий в виртуальном пространстве.

Основные результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы соискателя могут быть использованы в деятельности:

предприятий любых форм собственности и видов деятельности, осуществляющих деятельность в интернет-среде;

высших учебных заведений при преподавании дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция».

Представляют интерес для практического использования следующие разработки и рекомендации: методика оценки маркетинговых рисков, возникающих в процессе деятельности торговых предприятий на виртуальных рынках, методика анализа активности предприятий в социальных сетях и оценка уровня использования инструментария интернет-маркетинга; практические рекомендации по осуществлению стрим-маркетинга торговыми предприятиями.

Разработанные диссидентом теоретические и методические решения могут быть применены отечественными предприятиями для привлечения большего количества покупателей, роста осведомленности потребителей и формирования положительного имидж торгового предприятия, что будет способствовать повышению эффективности и результативности маркетинговой деятельности.

Общие замечания

Положительно оценивая результаты диссертационной работы, их научное и практическое значение, следует отметить некоторые дискуссионные положения:

1. Уделяя значительное внимание рассмотрению виртуальных предприятий в первом разделе диссертации, автору следовало больше внимания уделить специфике развития виртуальных рынков в условиях цифровизации экономики.

2. Во втором разделе диссертационной работы (подраздел 2.1) автор указывает, что Интернет в настоящее время представляет собой канал сбыта с наиболее низкими трансакционными издержками. Данное утверждение целесообразно дополнить доказательной базой, дополнив расчетами трансакционных издержек в каналах сбыта.

3. Разработка маркетинговой стратегии должна базироваться на исследовании внешнего окружения предприятия с использованием, например, SWOT-анализа. Между тем в работе не в достаточной степени раскрыто проявление влияния факторов внешнего воздействия на деятельность предприятий, работающих на виртуальных рынках.

4. Рекомендации автора по реализации тактики управления рисками в процессе осуществления маркетинговой деятельности торгового предприятия на виртуальных рынках требуют конкретизации.

Указанные замечания не являются принципиальными и не снижают общей положительной оценки, научной ценности и практической значимости диссертации Княжевского И.И.

Заключение

Диссертационная работа Княжевского Ильи Игоревича на тему: «Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках» представляет собой завершённую научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Выводы и рекомендации обоснованы. Автореферат соответствует содержанию диссертации.

Опубликованные автором работы по теме диссертации, отражают положения, выводы и рекомендации по проведённому исследованию.

Научный уровень выполненного исследования и содержание работы указывают на глубокие знания автором предмета исследования, навыки обработки научной и статистической информации, опыт использования в работе современного научного экономического аппарата и умелое использование компьютерных технологий.

Содержание диссертации соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Диссертационная работа «Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках» отвечает требованиям п.2.2

Положения о присуждении учёных степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание учёной степени (утв. Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 27.02.2015 г. № 2-13), а её автор – Княжевский Илья Игоревич, заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Отзыв обсужден и одобрен на заседании межкафедрального научного семинара Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» «08» июня 2021 г. протокол № 13

Я, Салита Светлана Викторовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук,
08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством, профессор,
заведующая кафедрой финансов ГОУ ВО
«Луганский государственный
университет имени Владимира Даля»

С.В. Салита

Подпись д.э.н., профессора Салиты С.В. удостоверяю.

Начальник отдела кадров

Ю.А. Степанова



Государственное образовательное учреждение высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

91034, г. Луганск, кв-л «Молодёжный», 20-а,

Тел.+38(0642)34-48-18

Факс: +38(0642)34-48-48

e-mail:dahl.univer@yandex.ru

сайт: <https://dahluniver.ru/>