

## **ОТЗЫВ**

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

Стремительное проникновение информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизнедеятельности формирующегося информационного общества, с объективной необходимостью детерминируя целостность нового типа экономической системы, обусловливает формирование принципиально новых рынков и форм предпринимательской деятельности, адекватных его императивам. В качестве такой инновационной формы предпринимательства выступает электронный бизнес, развитие которого интенсифицирует процесс становления виртуальных рынков. Это приводит к изменению принципов работы торговых предприятий и использованию возможностей Интернет-технологий в процессе разработки маркетинговой стратегии поведения торговых предприятий в виртуальной среде.

В настоящее время, несмотря на большое количество работ, многие аспекты формирования маркетинговой стратегии торговых предприятий на виртуальных рынках в экономической литературе исследованы недостаточно и нуждаются в теоретическом и прикладном развитии. Поэтому обобщение теоретических основ и разработка научно-практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятий с учетом условий и специфики их функционирования в интернет-пространстве обусловливает бесспорную актуальность данной диссертационной работы.

В работе четко поставлены задачи исследования, что позволило обеспечить их реализацию через использование широкого теоретико-методологического аппарата и современных методов исследования.

Отличается научной новизной предложенный в работе концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках, основанный на сочетании традиционного комплекса

маркетинга с использованием маркетинговых интернет-технологий для продвижения товаров в виртуальном пространстве.

Положительно следует отметить предложенный автором научно-методический подход к управлению рисками маркетинговой деятельности торгового предприятия на виртуальном рынке, который в отличии от существующих подходов дополнен специфическими рисками, связанными с деятельностью предприятия в интернет-среде. Обращает внимание, что автор выделил специфические риски, связанные с деятельностью предприятия в интернет-среде, а именно кибератаки, риски, связанные с нарушениями в работе информационных сервисов и провайдеров, виртуальное мошенничество, нарушение целостности данных, риск разглашения конфиденциальной информации клиентов, некачественное наполнение контента, несовершенство SEO-мероприятий.

Заслуживает внимания предложенный механизм реализации маркетинговой стратегии продвижения и сбыта продукции торгового предприятия на виртуальных рынках, основанный на использовании возможностей социальных сетей, что позволило автору определить направления использования современных видов маркетинга и предложить мероприятия по их реализации в интернет-среде.

В качестве замечаний к содержанию автореферата следует отметить следующее:

1. В автореферате следовало уточнить, использование каких маркетинговых интернет-технологий является наиболее целесообразным для продвижения товаров в виртуальном пространстве (стр. 13).
2. Рассматривая основные преимущества покупок в виртуальной среде и критерии внимания потребителей к работе Интернет-магазина (стр. 10-11) следовало также указать барьеры, которые с точки зрения потребителя, препятствуют приобретению товаров в виртуальной среде.

Между тем, указанные замечания не снижают научную ценность диссертационной работы Княжевского И.И.

Диссертация, как показывает автореферат, соответствует требованиям, предъявляемым к диссертационным работам на соискание ученой степени кандидата экономических наук, имеет соответствующий уровень научной новизны, представленный в опубликованных работах автора, и высокий уровень практической ценности, о чем свидетельствуют акты внедрения результатов исследования, а ее автор – Княжевский Илья Игоревич – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

*Я, Беганская Ирина Юрьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Доктор экономических наук по специальности  
08.00.07 – Демография, экономика труда,  
социальная экономика и политика, доцент,  
заведующая кафедрой менеджмента  
внешнеэкономической деятельности  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и  
Государственной службы при Главе Донецкой  
Народной Республики»



И.Ю.Беганская

Подпись Беганской И.Ю. заверяю  
Начальник отдела кадров: Т.А. Богачева

*Контактные данные:*

283015, ДНР, г. Донецк  
пр. Б. Хмельницкого, 108, к. 202  
e-mail: k\_mvd@donampa.ru  
телефон: +38(062)338-42-96, +38(071)419-37-54  
сайт организации: <https://donampa.ru/>