

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)

Организация деятельности торговых предприятий в сети Интернет требует определения перспектив, что проявляется в разработке грамотной и успешной маркетинговой стратегии на виртуальном рынке. Выработка стратегии означает правильную оценку положения предприятия и его конкурентов, разработку основных направлений деятельности на несколько лет вперед и поиск путей достижения поставленных целей. Этот процесс очень важен для функционирования в масштабах новой виртуальной экономики. В отличие от традиционной экономики, где контроль каналов сбыта осуществляется предприятием, в сети интернет его контролируют потребители: они определяют спрос на продукцию и ожидают индивидуальное обслуживание. В связи с этим вопросы формирования маркетинговой стратегии предприятий являются востребованными, что свидетельствует об актуальности темы рецензируемой работы.

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

Автором на защиту вынесены шесть положений, имеющих научную новизну и практическую ценность для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятий. Отличаются бесспорной научной новизной разработанные автором концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках, механизм реализации маркетинговой стратегии продвижения и сбыта продукции торгового предприятия на виртуальных рынках, алгоритм диагностики маркетинговой деятельности торговых предприятий на виртуальных рынках, научно-методический подход к реализации стрим-маркетинга как нового направления социальной активности в сети Интернет.

Практическая значимость диссертации заключается в возможности использования современного маркетингового инструментария для повышения эффективности работы торговых предприятий в виртуальной среде. Практический характер имеют положения, выводы и рекомендации, связанные с оценкой социальной активности предприятий, практикой управления маркетинговыми рисками, реализацией предложенных маркетинговых стратегий торговых предприятий на виртуальных рынках. Практическое значение результатов работы подтверждено соответствующими документами от предприятий и организаций: ООО «Первая Донецкая бумажная фабрика» (справка о внедрении № 36/08 от 09.12.2020 г.), ООО «Продвижение» (справка о внедрении № 21 от 18.12.2020 г.).

Основные идеи, положения и рекомендации диссертационной работы прошли апробацию на 5-ти конференциях разного уровня. По результатам исследования автором опубликовано 10 научных работ, среди которых 5 статей в рецензируемых научных изданиях, что подтверждает широкое освещение полученных автором результатов в научных изданиях.

Структура работы логичная, позволяющая раскрыть тему исследования и отразить положения диссертационной работы, представленные в автореферате.

Однако по автореферату диссертационной работы имеются замечания:

- 1) На стр. 10 автореферата автор вводит термин «виртуальный опыт потребителя в процессе совершения покупок». Ввиду тематики диссертационной работы, следовало более подробно остановиться на содержании данного понятия.
- 2) На рис. 6 (стр. 11) в представленном алгоритме диагностики маркетинговой деятельности торговых предприятий на виртуальных рынках выделен этап «Определение рисков и возможностей осуществления маркетинговой деятельности предприятий в интернет-среде». Однако по тексту автореферата отсутствует характеристика рисков, возникающих в процессе функционирования предприятий на виртуальных рынках.

Тем не менее, отмеченные замечания не снижают научной и практической ценности работы.

В целом, диссертация на тему: «Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках» соответствует требованиям ВАК к кандидатским диссертациям, а её 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, Чугункина Ирина Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук
(08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)), заместитель директора по дополнительному образованию и научно-исследовательской работе
Филиала Ухтинского государственного технического университета в г. Усинске



И.В. Чугункина

Подпись Чугункиной И.В. заверяю

Олег Николаевич

Е. Н. Бодярева



(должность, ФИО, подпись)

Контактные данные:

Филиал Ухтинского государственного технического университета в г. Усинске

169710 Республика Коми, г. Усинск, ул. Нефтяников, д. 9/2

Тел.: +7 (82144) 56-1-57

E-mail: ichugunkina@ugtu.net

Адрес сайта: <https://www.ufugtu.ru/>