

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)

Автореферат диссертации соискателя Княжевского И.И. представлен как значимая научная работа, в которой разработаны теоретико-методические основы и практические рекомендации по формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках, имеющие важное теоретическое и практическое значение для максимально полного удовлетворения потребностей населения и развития сферы торговли в Донецкой народной Республике.

В автореферате диссертации предоставлено системное описание всех структурных подразделов работы, четко выделены основные положения научной новизны и результаты проведенного исследования. Автором рассмотрено понятие виртуального рынка в цифровой экономике; изучена специфика, риски и возможности маркетинга на виртуальных рынках; определено значение маркетинговой стратегии в обеспечении конкурентоспособности предприятия на рынке; проанализировано развитие рынка интернет-торговли в современных условиях; исследованы потребительские предпочтения покупателей на виртуальных рынках; проведена диагностика маркетинговой деятельности торговых предприятий в Интернет-среде; разработан концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальном рынке; разработан механизм реализации маркетинговой стратегии продвижения и сбыта продукции торговых предприятий на виртуальных рынках.

Особенно хотелось бы подчеркнуть значимость таких разработок и предложений: 1) механизм реализации маркетинговой стратегии продвижения и сбыта продукции торгового предприятия на виртуальных рынках; 2) научно-методический подход к управлению рисками маркетинговой деятельности торгового предприятия на виртуальном рынке; 3) алгоритм диагностики маркетинговой деятельности торговых предприятий на виртуальных рынках; 4) концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках.

Основные положения, выводы и рекомендации, изложенные в автореферате, имеют достаточно высокую степень научной обоснованности и достоверности, а цель диссертации достигнута в полной мере.

Как показывает автореферат, диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Ее результаты имеют не только теоретическую значимость, но и практическую ценность, что подтверждается справками о внедрении результатов исследования в практику деятельности предприятий.

Теоретические положения и выводы диссертации используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». Кроме того, результаты работы

