

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)*

Актуальность темы диссертационной работы Княжевского И.И. обусловлена тем, что в современном глобализирующемся мире проблема повышения эффективности маркетинговой деятельности значительно обостряется под воздействием новых информационных технологий, которые не только усиливают рыночную конкуренцию, но и качественно меняют условия и факторы успешной деятельности предприятий на виртуальных рынках. Интернет-технологии создают новые формы взаимоотношений между продавцом и покупателем, позволяющие максимально полно учитывать потребности покупателя и рационализировать его выбор. Наиболее полно возможности интернет-технологий в маркетинговой деятельности проявляются в сфере торговли, что обусловлено ее спецификой: значительным объемом транзакций, большой ролью информационного фактора, трудоемкостью, инновационностью и т.д. В связи с этим, рецензируемая работа, в которой представлено решение научной задачи по формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках является своевременной и актуальной.

Содержание автореферата позволяет сделать вывод, что в диссертационной работе получены результаты, имеющие научную новизну и практическую значимость. Автором проведена серьезная работа по изучению теоретических основ формирования маркетинговой стратегии торговых предприятий на виртуальных рынках, исследованию маркетинговой деятельности торговых предприятий на виртуальных рынках, что позволило разработать маркетинговую стратегию для торговых предприятий и обосновать механизм ее реализации.

Научные положения, выводы и рекомендации, представленные в работе, отличаются новизной, обоснованностью и достоверностью. Практическая значимость результатов диссертационного исследования подтверждена справками о внедрении. Основные результаты диссертационной работы опубликованы в 10-ти научных работах, из которых 5 статей в рецензируемых научных изданиях.

Заслуживает внимания предложенная автором концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках (стр. 14), который в отличие от существующих основан на сочетании традиционного комплекса маркетинга с использованием маркетинговых интернет-технологий для продвижения товаров в виртуальном пространстве.

Безусловной научной новизной отличается разработанный научно-методический подход к реализации стрим-маркетинга как нового направления социальной активности в сети Интернет (стр. 15-16), в котором систематизированы ключевые элементы его реализации, что позволит обеспечить эффективное продвижение товаров предприятия и будет способствовать повышению лояльности потребителей к бренду торгового предприятия.

Следует отметить, что предложенные в диссертационной работе научные идеи, научно-методические подходы и выводы могут быть использованы для решения актуальных проблем совершенствования маркетинговой деятельности предприятий, а разработанные рекомендации по реализации предложенной маркетинговой стратегии могут стать основой для дальнейших исследований в области использования интернет-технологий в практике деятельности различных предпринимательских структур.

Вместе с тем, по тексту работы имеются отдельные замечания:

- 1) автору целесообразно было рассмотреть вопросы лояльности как основы формирования маркетинговой стратегии торгового предприятия;
- 2) на стр. 17 автореферата автор указывает, что определены направления использования современных видов маркетинга в практике деятельности торговых предприятий (маркетинг в социальных сетях, контент-маркетинг, инстаграм-маркетинг, стрим-маркетинг). Между тем в работе

основное внимание уделено только стрим-маркетингу, тогда как остальные виды маркетинга не раскрыты.

Тем не менее, указанные замечания не снижают научной и практической значимости работы. Диссертация выполнена на актуальную тему, положения, выносимые на защиту, обладают научной новизной, теоретической и практической значимостью.

Таким образом, автореферат свидетельствует, что диссертационная работа на тему: «Формирование маркетинговой стратегии торгового предприятия на виртуальных рынках» соответствует предъявляемым требованиям, 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, Удалых Ольга Алексеевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук по специальности
08.02.03 – Организация управления,
планирование и регулирование экономики,
доцент, доцент кафедры экономики
ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»

О.А. Удалых

Подпись к.э.н., доц. О.А. Удалых удостоверяю,
начальник отдела кадров:



О.К. Павлий

Контактные данные:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донбасская аграрная академия»
286157, ДНР, г. Макеевка, ул. Островского, 16
Тел.: +380 62 22-22-27
e-mail: o_udalykh@yandex.ru
сайт организации: <https://donagra.ru>