

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы Коршуновой Елены Анатольевны на тему «Управление потребительской лояльностью в условиях цифровой экономики», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности

5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Цифровая трансформация меняет потребительское поведение, повышая доступность информации, разнообразие предложений и скорость взаимодействия. Традиционные методы удержания клиентов теряют эффективность. Успешное управление лояльностью требует переосмысления стратегий, внедрения новых цифровых инструментов и формирования культуры клиентоориентированности, пронизывающей все уровни организации. Таким образом, можно утверждать, что тема диссертации Коршуновой Елены Анатольевны актуальна.

Научная новизна диссертационной работы состоит в разработке концептуальных и теоретико-методологических положений по управлению потребительской лояльностью в условиях цифровой экономики.

Отличается научной новизной концептуальный подход к управлению цифровой лояльностью потребителей, основанный на процессном подходе, учитывающем специфику поведения покупателей в интернет-среде и последовательную реализацию следующих действий: определение целей и задач управления цифровой лояльностью, анализ потребительского поведения в цифровой среде, диагностика цифровой лояльности, разработка портфеля маркетинговых стратегий управления цифровой лояльностью потребителей и тактик управления цифровой лояльностью, оценка результатов, корректировка стратегий и тактик управления цифровой лояльностью потребителей.

Вызывает интерес с научной точки зрения методика оценки цифровой лояльности потребителей, основанная на анкетировании покупателей интернет-магазинов в разрезе факторов цифровой лояльности, систематизированных в три группы (удовлетворенность покупателей, доверие покупателей и привлекательность сайта).

Все перечисленные научные результаты являются достоверными, содержат научную новизну и отражают весомый вклад автора в научном решении вопросов по совершенствованию маркетинга в розничной торговле.

Работа имеет практическую ценность исследования, которая заключается в возможности использования предложенных рекомендаций при разработке и реализации стратегических и тактических мероприятий по управлению цифровой лояльностью потребителей.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 16-ти научных работах, в том числе 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 9 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций. Общий объем публикаций – 5,92 печ.л., из которых 4,14 печ.л. принадлежит лично автору.

Однако, несмотря на перечисленные преимущества работы, следует выделить следующие замечания:

1) В работе проведен анализ цифровой лояльности потребителей и корреляционного анализа взаимосвязи результатов анализа удовлетворенности, доверия и привлекательностью вебсайта с итоговым показателем Net Promoter Score (NPS). Между тем не нашло достаточного отражения, какие группы потребителей были изучены, и насколько отличаются данные поведения потребителей в онлайн и офлайн среде;

2) рис. 7 стр. 29 автореферата предложена модель цифрового мерчендайзинга интернет-магазина. Следовало указать более детально, какое влияние оказывает цифровой мерчендайзинг на цифровую лояльность потребителей и рассмотреть степень влияния каждой представленной составляющей на покупательский процесс.

Приведенные замечания носят преимущественно дискуссионный характер и не влияют на степень обоснованности выводов и защищаемых положений диссертационной работы. Их следует рассматривать как дискуссионные положения, не снижающие общей ценности работы.

Диссертационная работа соответствует требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а Коршунова Елена Анатольевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Комарницкая Елена 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)), доцент,
доцент кафедры менеджмента
ФГБОУ ВО «ДонГУ»

Е.В. Комарницкая

«20» февраля 2025 г.

ПОДПИСАЛ:

ЗАКРЕПЛЕНА:

УЧЕНЫМ СЕКРЕТАРЬ

М.Н. МИХАЛЬЧЕНКО

Контактные данные:
283001, РФ, ДНР,
г. Донецк, Ворошиловский район,
улица, Университетская, дом 24
e-mail: kf.manag@donnu.ru
тел. +7 856 302-09-71
сайт организации <http://donnu.ru/>

