

## 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)

Автореферат диссертационной работы, посвященной управлению потребительской лояльностью в условиях цифровой экономики, представляет собой актуальное и своевременное исследование, соответствующее современным вызовам и тенденциям развития бизнеса и общества.

Тема работы имеет высокую научную и практическую значимость, учитывая стремительное развитие цифровых технологий, трансформацию потребительского поведения и необходимость адаптации предприятий к новым условиям конкуренции. В работе отражены ключевые аспекты, связанные с изменением поведения потребителей, использованием цифровых инструментов и необходимостью пересмотра традиционных подходов к лояльности.

Соискателем продемонстрировано глубокое понимание теоретических основ управления лояльностью, а также современных концепций цифровой экономики. Представлен обзор научных подходов, что свидетельствует о высоком уровне теоретической подготовки автора. Теоретические и методологические аспекты диссертации основываются на работах отечественных и зарубежных ученых, занимающихся вопросами потребительской лояльности потребителей.

В диссертационной работе представлено решение научной задачи по совершенствованию управления потребительской лояльностью в условиях цифровой экономики. В исследовании рассмотрены теоретические основы управления потребительской лояльностью, введено понятие цифровой лояльности как устойчивой приверженности к товарному бренду через цифровые каналы. Разработана модель формирования цифровой лояльности потребителей (рис.1, с. 9), демонстрирующая положительную взаимосвязь между удовлетворенностью, доверием и привлекательностью сайта. Особое внимание уделено методам мониторинга общественного мнения и отзывов, что позволяет компаниям своевременно реагировать на потребности потребителей и укреплять доверие к бренду. Это обоснованное и практическое направление исследования подчеркивает современные вызовы, с которыми сталкиваются предприятия в условиях цифровизации. На основе анкетного опроса разработана методика оценки цифровой лояльности потребителей и сформирована модель прогнозирования роста цифровой лояльности потребителей (рис. 4, с. 14).

Маркетинговая стратегия управления лояльностью цифровых потребителей представляет собой комплексный план, направленный на формирование и поддержание приверженности потребителей, основанный на аналитике данных и персонализированных коммуникациях. Отдельного внимания в исследовании также заслуживает представленный механизм реализации маркетинговых стратегий и модель цифрового мерчандайзинга для улучшения сайтов интернет-магазинов и повышения доверия и удовлетворенности потребителей (рис.7, с. 19).

Предложенные автором методики и инструменты управления лояльностью имеют прикладной характер и могут быть использованы предприятиями для повышения эффективности взаимодействия с потребителями в цифровой среде.

Особого внимания заслуживает разработка модели управления лояльностью, которая учитывает специфику цифровой экономики.

Отмечая комплексность и завершенность диссертационной работы, новизну и значимость представленных научных положений и выводов, следует отметить отдельные замечания и рекомендации автору:

1. Недостаточно полно в работе освещены возможные риски и ограничения, связанные с внедрением цифровых инструментов управления лояльностью в практику деятельности интернет-магазинов.

2. Автору целесообразно было больше внимания уделить этическим аспектам управления цифровой лояльностью, т.к. в условиях цифровой экономики вопросы защиты персональных данных и этичности использования потребительской информации становятся критически важными.

Отмеченные замечания не снижают научную и практическую ценность работы и полученных результатов.

В целом, диссертация на тему: «Управление потребительской лояльностью в цифровой экономике» соответствует требованиям ВАК РФ, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а её автор, Бурун Евгения Павловна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

*Я, Костанда Анна Владимировна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.*

Кандидат экономических наук (08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности)), доцент, доцент кафедры менеджмента

Северо-Западный институт управления РАНХиГС

А.В. Костанда

« 14 » 02 2025 г.

**Контактные данные:**

Северо-Западный институт управления - филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации"  
199178 Россия, Санкт-Петербург, Средний проспект В.О., д. 57/43  
тел.: +7 812 335 94 94  
e-mail: [sziu@ranepa.ru](mailto:sziu@ranepa.ru)  
Сайт: <https://spb.ranepa.ru/spb-ranepa/>

Подпись

*А.В. Костанда*

**ЗАВЕРЯЮ**

Ведущий специалист отдела  
кадрового администрирования  
управления развития персонала

*Ю.В. Землянко*

