

ОТЗЫВ

**на диссертацию Махноносова Дениса Витальевича
на тему «Маркетинговые технологии в организации электронной
торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет»,
представленной на соискание ученой степени доктора экономических
наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(маркетинг)**

Махноносов Денис Витальевич в 2001 году с отличием закончил Донецкий национальный университет экономики и торговли имени М. Туган-Барановского по специальности «Маркетинг» и получил квалификацию маркетолога-экономиста. В 2011 году защитил диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему «Формирование интегрированной системы управления качеством продукции малых предприятий» по специальности 08.00.03 – Экономика и управление национальным хозяйством. В 2014 году присвоено ученое звание доцента. В настоящее время работает в должности декана факультета маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», совмещая административную работу с преподавательской деятельностью на кафедре маркетинга и торгового дела в должности доцента этой кафедры.

В период работы над диссертацией Махноносов Д.В. проявил настойчивость, целеустремленность, умение решать сложные научно-практические задачи и проблемы, продемонстрировал высокий уровень теоретических знаний и практических навыков в области исследования маркетинговых технологий в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг.

Актуальность данной темы связана с тем, что электронная торговля является одним из наиболее быстро развивающихся сегментов розничной и оптовой торговли в мире. Новые виды рыночного взаимодействия для продажи товаров и услуг через Интернет позволяют сокращать затраты компаний на их продвижение, ускорять внедрение инноваций, повышать качество услуг при более полном удовлетворении потребностей покупателей.

Диссертация Махноносова Д.В. является самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой, в которой изложен авторский подход к

решению проблемы разработки и научной аргументации теоретико-методологических положений, практических рекомендаций по использованию маркетинговых технологий в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

Научной новизной отличаются такие разработки автора, как укрупненная схема электронной торговли, составными частями которой являются определенные маркетинговая и управленческие модели, позволяющие в процессе электронной торговли осуществлять постоянный мониторинг состояния рынка и потребностей покупателей посредством использования искусственного интеллекта; концептуальные основы развития маркетинговых технологий в электронной торговле и продвижении товаров и услуг в сети Интернет; базовая архитектура цифровой бизнес-модели предприятий электронной торговли; алгоритм сравнительного анализа характеристик товара по мнению потребителей, который отличается проведением системного анализа факторов и особенностей влияющих на поведение покупателей при выборе товаров в электронной торговле; структура маркетинговых технологий в электронной торговле, систематизированная в соответствии с цифровым путем клиента; логика построения процесса разработки стратегий развития предприятия электронной торговли, который отличается уникальностью для каждой компании и адаптацией под ее бизнес-модель и цели комплексом этапов анализа рынка, развития онлайн-присутствия, построения маркетинговой стратегии, развития логистики, улучшения клиентского опыта, расширения ассортимента товаров и услуг, анализа данных, поддержки партнерства и сотрудничества, внедрения инноваций и технологического развития, мониторинга и анализа конкурентов

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что разработанные и предложенные в диссертации научные идеи, научно-методические подходы и рекомендации могут быть использованы для решения актуальных вопросов развития рынка электронной торговли, что подтверждается соответствующими справками о внедрении её результатов.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках выполнения 4-х госбюджетных тем.

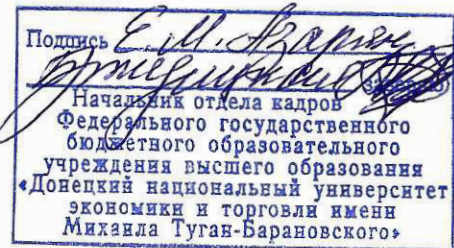
По результатам исследования опубликовано 34 научные работы, в том числе 2 монографии, из которых одна авторская, 18 статей в рецензируемых научных изданиях, 13 тезисов в материалах научно-практических конференций различного уровня, 1 статья в прочих изданиях. Общий объем публикаций составляет 34,25 печ. л., в т. ч. 33,01. печ. л. принадлежат лично автору.

Диссертация Махноносова Дениса Витальевича является завершенным научным исследованием, соответствует требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Научный консультант:
проректор по научной работе
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»
доктор экономических наук, профессор



«18» декабря 2024 г.



Е.М. Азарян

Е.М. Азарян