

Отзыв
на автореферат диссертации 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)

Актуальность темы диссертационной работы Махноносова Д.В., не вызывает сомнений, так как современный этап развития экономики характеризуется стремительным ростом объемов электронной торговли, обусловленным технологическим прогрессом, расширением доступа к сети Интернет и изменением потребительских предпочтений. В этой связи разработка и внедрение эффективных маркетинговых технологий, адаптированных к специфике цифровой среды, приобретают первостепенное значение для повышения конкурентоспособности предприятий и стимулирования экономического роста.

В автореферате диссертации отражены основные аспекты исследования, посвященного анализу и совершенствованию маркетинговых технологий в сфере электронной торговли. Автором продемонстрировано понимание сущности и особенностей функционирования электронного рынка, а также выявлены ключевые тенденции и проблемы развития маркетинговых стратегий в онлайн-среде.

Практическая значимость подтверждается тем, что научно обоснованные положения доведены до уровня конкретных методических подходов, положений и рекомендаций, направленных на развитие рынка электронной торговли на этапе трансформации маркетинговой модели и формирования стратегии развития электронной торговли.

Достоверность полученных результатов подтверждается использованием традиционных и специальных методов, направленных на изучение объекта исследования и позволяющих обобщить результаты и сформулировать выводы: анализа и синтеза; индукции и дедукции; восхождения от абстрактного к

конкретному; систематизации и обобщения; логического анализа; прогнозирования; моделирования; экономической диагностики.

Научная новизна полученных результатов исследования состоит в обосновании теоретико-методологических предпосылок маркетинговой деятельности на рынке электронной торговли, формировании и развитии маркетинговых технологий в организации электронной торговли на основе интернет-маркетинга, концептуализации подхода к маркетингу взаимоотношений на потребительском рынке электронной торговли, инноватике в продвижении товаров и услуг в сети интернет через маркетинговые технологии, что окажет положительное влияние на повышение качества организации электронной торговли и продвижения товаров и услуг в сети интернет, которые были одобрены и внедрены в деятельность предпринимательских структур, в частности Общество с ограниченной ответственностью «ЭСМС» (справка №0106/1 от 01.06.2023 г.); Общество с ограниченной ответственностью внешнеторговая фирма «Арника» (справка №341 от 23.06.2023 г.); Публичное акционерное общество «Промсвязьбанк» Донецкий филиал (справка №4167/50315007 от 23.08.2023 г.).

Основные положения диссертации опубликованы в 33 научных работах, из них 2 монографии, среди которых одна личная, 18 статей в рецензируемых научных изданиях, 1 статья в прочих изданиях, 13 работ апробационного характера. Общий объем публикаций составляет 34,25 печ. л., в т. ч. 33,01. печ. л. принадлежат лично автору.

Наряду с отмеченными положительными сторонами имеются следующие замечания:

1. На странице 10 автореферата автор настаивает на необходимости «совершенствования организации торгово-технологических процессов электронной торговли». Однако не совсем понятно о каких именно торгово-технологических процессах идет речь и каким образом данный тезис нашел свое отражение в исследовании.

2. Автору стоило бы более подробно пояснить о каких именно сообщениях для потребителя идет речь в укрупненной схеме электронной торговли, представленной на рисунке 9.

Диссертация «Маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет» соответствует паспорту научной специальности и представляет собой завершённую научно-квалификационную работу, выполненную на актуальную тему.

Представленная работа отвечает критериям в части пунктов паспорта специальности: 10.2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности; 10.9. Поведение потребителей как фактор определения маркетинговых стратегий; 10.15. Технологии маркетинга в Интернет-среде. Автореферат позволяет сделать вывод о том, что по уровню научной новизны, обоснованности полученных результатов, их теоретической и практической значимости диссертация Махносова Дениса Витальевича заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Бакаева Вера Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Д-р экон. наук,
специальность 08.00.05
«Экономика и управление народным хозяйством»
(по отраслям и сферам деятельности),
профессор, профессор кафедры менеджмента
Сибирского университета
потребительской кооперации (СибУПК)
630087 Новосибирск, пр. К. Маркса, 26
Телефон: 346-56-34
Внутр. телефон: 4-482
e-mail: managem@sibupk.nsk.su

Бакаева Вера Владимировна

12.03.2025

