

ОТЗЫВ

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

Актуальность темы диссертационной работы диктуется стабильно растущим трендом перехода все большего количества бизнес-процессов в онлайн-сферу, повсеместным распространением информационных технологий и развивающейся культурой интернет-потребления в обществе. Вместе с тем теоретическое осмысление, систематизация и методология работы с инструментами онлайн-продвижения в большинстве исследований представлены в недостаточной степени, что затрудняет их эффективное практическое применение. Формирование и уточнение специфики использования маркетинговых технологий в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет остаются малоизученными.

Обоснованность и достоверность результатов исследования, отраженных в автореферате, подтверждена результатами анализа публикаций отечественных и зарубежных ученых, занимающихся вопросами маркетинга, специфики развития электронной торговли и продвижения товаров и услуг.

Как свидетельствует автореферат, в диссертации Махноносова Д.В. логично выстроены задачи исследования (стр. 2-3) и определена методология его проведения, что определило логику и структуру диссертации, а также позволило автору провести качественное исследование и получить новые научные результаты (стр. 4-6).

Положительно следует отметить предложенную автором базовую архитектуру цифровой бизнес-модели, представляющей собой стратегическую концепцию, основанную на использовании цифровых технологий для создания, доставки и предоставления ценности покупателю (стр. 11), а также структуру маркетинговых технологий в электронной торговле, систематизированную в соответствии с цифровым путем клиента, которая охватывает маркетинговые технологии обеспечения осведомленности клиента, маркетинговые технологии повышения привлекательности бренда, маркетинговые технологии оптимизации бизнес-процессов, маркетинговые технологии сетевого взаимодействия, маркетинговые технологии стимулирования активности клиентов (стр. 14).

Научный интерес представляют разработки автора по структуризации принципов и средств повышения заинтересованности покупателей, отличающиеся сочетанием принципов воздействия на покупателя с принципами оформления сайта, а также определением комплекса действий необходимых для реализации указанных принципов, применение которой позволяет увеличить заинтересованность покупателя в системе электронной торговли (стр. 16).

Полученные научные результаты имеют теоретическую ценность и практическое значение, что подтверждено справками и актами о внедрении от ООО «ЭСМС» (справка №0106/1 от 01.06.2023 г.); ООО внешнеторговая фирма «Арника» (справка №341 от 23.06.2023 г.); ПАО «Промсвязьбанк» Донецкий филиал (справка №4167/50315007 от 23.08.2023 г.). Положительно следует отметить, что отдельные теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании учебных дисциплин: «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция», «Маркетинг» (справка № 06.03/1188 от 25.08.2023 г.).

Следует отметить, наличие 33-х публикаций автора, среди которых 18 статей опубликовано в рецензируемых научных изданиях. Автор апробировал результаты проведенных исследований на 13-ти научных и научно-практических конференциях с широкой географией.

В тоже время имеется ряд замечаний к содержанию автореферата: 1) на стр. 14 автор делает вывод, что «...в сфере электронной торговли важно применять как традиционные формы и инструменты маркетинга, так и инновационные маркетинговые технологии», между тем в тексте автореферата (и на рис. 6) отсутствует упоминание о направлениях использования традиционных маркетинговых технологий; 2) в автореферате следовало уделить внимание характеристике методов в составе организационно-экономического механизма развития электронной торговли, что позволило бы получить более полное представления об организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

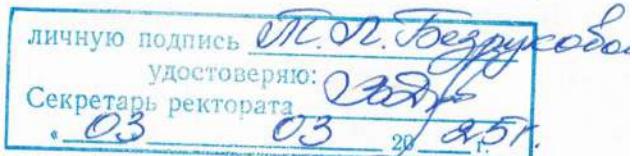
Указанные замечания не снижают качества диссертационной работы, выполненной, как свидетельствует автореферат, на достаточно высоком теоретико-методическом уровне. Работа соответствует требованиям, указанным в Постановлении Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 «О порядке присуждения ученых степеней» (с изменениями и дополнениями), а ее автор, Махносов Денис Витальевич, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Безрукова Татьяна Львовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством), профессор, Академик Российской академии естествознания (РАЕ), Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, заведующий кафедрой экономики и финансов ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова»

Т.Л. Безрукова

« ____ » _____ 2025 г.



Контактная информация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова»

394087, Россия, г. Воронеж, Тимирязева, 8

Тел.: +7(473)253-84-11

e-mail: bezrukova_t_l@mail.ru

Веб-сайт: <https://vgltu.ru/>