

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)

Тема диссертационной работы Махноносова Д.В. является актуальной, так, как современные тенденции развития сферы торговли предполагают активное использование Интернет-технологий. Сфера электронной торговли является одной из самых инновационных и привлекает всё больше участников, что в свою очередь провоцирует развитие Интернет-маркетинга.

Актуальность темы диссертационной работы также подчёркивается значительным прогрессом техники и технологий Интернет в сочетании с интенсивным развитием международных экономических отношений, что также способствует широкому распространению электронной торговли. Электронная торговля — это один из наиболее динамично развивающихся технологичных рынков в мире.

Для современных хозяйствующих субъектов электронная торговля позволяет выйти на новые рынки, привлечь больше клиентов, автоматизировать бизнес-процессы, наладить эффективную коммуникацию с потребителями и увеличить доход. В связи с чем, необходимость применения основных методов Интернет-продвижения не вызывает сомнений.

В автореферате диссертации отражены основные аспекты использования маркетинговых технологий в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

Автор в работе систематизировал маркетинговые технологии в электронной торговле и обосновал структуризацию принципов и средств повышения заинтересованности покупателей.

Уделено значительное внимание анализу факторов, способствующих развитию электронной торговли в Российской Федерации.

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

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.

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 отмеченным имеются следующие замечания:

1. Рисунок 9 наделяет маркетолога избыточными, на наш взгляд, функциями, в том числе, и оформлением покупки. Необходимо разъяснение авторского взгляда на функциональную роль маркетолога в схеме взаимодействия с потребителями.

2. В описании рисунка 10 речь идет и о характеристиках, и о функциях товаров. Считает-ли автор эти понятия тождественными, поскольку из контекста алгоритма видно, что принятие решений производится по количеству функций?

3. Разработка стратегии (рисунок 11) не уделяет достойного внимания продуктовой и ценовой стратегиям. Автору следует пояснить их место в представленном процессе.

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 для науки и практики, диссертация Махноносова Дениса Витальевича заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Носов Александр Леонидович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных

Доктор экономических наук,
(08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством),
доцент, профессор кафедры экономики и управления
ФГБОУ ВО «Вятский государственный
агротехнологический университет»

 Александр Леонидович Носов

« 17 » марта 2025 г.

УДОСТОВЕРЯЮ ПОДПИСЬ



Контактные данные:
ФГБОУ ВО «Вятский государственный агротехнологический университет»
Адрес: 610017, Российская Федерация, г. Киров, Октябрьский проспект, 133
Тел./ факс (8332) 54-86-33
Электронная почта: info@vgatu.ru
Сайт: <https://vgatu.ru>