

## 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)

В современном мире проблема обеспечения конкурентоспособности как отдельного предприятия, так и экономики в целом значительно обостряется под воздействием новых информационных технологий, которые не только усиливают рыночную конкуренцию, но и качественно меняют условия и факторы успешной предпринимательской деятельности. Интернет-технологии создают новые формы взаимоотношений между продавцом и покупателем, позволяющие максимально полно учитывать потребности покупателя и рационализировать его выбор. Знание методов сбора, анализа и использования данных помогает маркетологам эффективно выстраивать рекламные кампании, персонализировать предложения и повышать уровень продаж, что свидетельствует об актуальности темы диссертационной работы.

Цель работы состоит в теоретико-методологическом и научно-практическом обосновании использования маркетинговых технологий в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет. Как свидетельствует автореферат, автор вполне успешно справился с целью и задачами исследования.

Структура диссертационной работы является логичной и последовательной. В соответствии с поставленной целью и задачами исследования в диссертации получены результаты, которые характеризуются научной новизной, имеют теоретическое и практическое значение.

Положительно следует отметить разработанные автором концептуальные основы развития маркетинговых технологий в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет, рассматриваемые как структурно-логическая последовательность внедрения современных маркетинговых принципов, решений, инструментов и практик в организацию бизнеса в Интернет-среде.

Интерес представляет предложенная базовая архитектура цифровой бизнес-модели, представляющей собой стратегическую концепцию, основанную на использовании цифровых технологий для создания, доставки



и предоставления ценности покупателю. Также заслуживает внимания предложенный диссертантом организационный механизм функционирования предприятия электронной торговли, который включает цели, задачи, принципы и методы функционирования электронной торговли, этапы формирования электронной торговли, и отличается повышением стоимости Интернет актива, доходов от рекламного воздействия, опционами, развитием способностей компаний и повышением ее имиджа за счет внедрения инноваций.

Изложенные в автореферате автором научные разработки, выводы и предложения являются достаточно обоснованными, логическими и достоверными, поскольку базируются на фундаментальных положениях маркетинга, стратегического маркетинга, электронного бизнеса. С положительной точки зрения следует отметить всестороннюю и логическую аргументацию, а также владение современными методами исследования: анализа и синтеза, индукции и дедукции, восхождения от абстрактного к конкретному, систематизации и обобщения, логического анализа, прогнозирования, моделирования, компиляции и экономической диагностики.

Несмотря на положительную оценку работы, проведенное исследование не лишено отдельных дискуссионных положений, среди которых стоит отметить следующие:

- в контексте проведенного исследования автору целесообразно было рассмотреть особенности потребительского поведения в интернет-среде, а также указать на современные тенденции его изменения;

- при рассмотрении маркетинговых технологий продвижения товаров в сети Интернет не уделено должного внимания вирусному маркетингу, обеспечивающему формирование контента, способного привлечь новых получателей информации за счёт яркой, творческой, необычной идеи;

- на стр. 8 и в представленной на рисунке 9 (с. 19) укрупненной схеме электронной торговли, автор указывает на искусственный интеллект, являющийся важной составной частью электронной торговли, однако не конкретизирует набор алгоритмов и методов его использования применительно к организации электронной торговли.



Однако отмеченные недостатки существенно не влияют на достаточный научный уровень и актуальность диссертации Махноносова Д..В., не снижая общую позитивную оценку рецензируемой работы.

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что диссертационная работа на тему «Маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет» представляет собой законченное комплексное исследование, удовлетворяет требованиям, согласно Постановления Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842 «О порядке присуждения ученых степеней» и соответствующего Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор, Махноносов Денис Витальевич, заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

*Я, Коваленко Наталья Валерьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Доктор экономических наук по специальности  
08.00.05 – Экономика и управление народным  
хозяйством, профессор, заведующий кафедрой  
экономики и управления ФГБОУ ВО  
«Донбасский государственный  
технический университет»

Н.В. Коваленко

«21» февраля 2025 г.

Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донбасский государственный технический университет»  
294204, РФ, Луганская Народная Республика, г. Алчевск, пр. Ленина, 16  
тел. +7 (85742) 2-60-43,  
e-mail: info@dstu.education,

*Подпись*

*Вернувшей*



*Н.В. Коваленко*

*У.В. удословляю*  
*О.И. Мельнико*