

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Поповой Анны Александровны на тему «Маркетинговый потенциал цифровой бизнес-среды на виртуальном рынке», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг)

В настоящее время, Интернет и информационно-коммуникационные средства являются неотъемлемой частью жизнедеятельности. С каждым годом появляются новые цифровые технологии и инструменты оптимизации процессов в экономике и социальной сфере. С распространением Интернета и цифровых технологий привнесены изменения и в структуру потребностей, которые становятся виртуальными и, как следствие, активно развиваются различные методы продвижения товаров и услуг на виртуальном рынке. Использование цифровых технологий и инструментария интернет-маркетинга позволяют совершенствовать процесс создания потребительской ценности на всех этапах, что, с одной стороны, способствует более полному удовлетворению потребностей потребителей, а с другой – позволяет оптимизировать бизнес-процессы субъектов предпринимательства за счёт усиления их информационно-коммуникационной составляющей, в том числе и в системе электронной коммерции. В данной связи, исследование Поповой А.А., посвященное совершенствованию теоретико-методических положений и прикладных аспектов развития виртуальных рынков на основе использования маркетингового потенциала современной цифровой бизнес-среды, несомненно является актуальным и своевременным.

Достоверность полученных результатов подтверждается использованием комплекса методов, в том числе: экономико-статистических, экономико-математического моделирования, гипотез, эксперимента и др., а также способов обработки данных, с использованием современных информационных технологий, прикладных программ и интернет-сервисов, формирующих философский, междисциплинарный и конкретно-научный уровни исследования цифровой бизнес-среды, её маркетингового потенциала и развития виртуального рынка в условиях современной маркетинговой реальности.

Научная новизна полученных результатов исследования состоит в теоретико-концептуальной аргументации, разработке научно-методических положений и практических рекомендаций по развитию виртуальных рынков на основе использования маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды и затрагивает не менее важные аспекты предметной области исследования, как: теоретико-концептуальный базис развития виртуальных рынков в современных условиях цифровых трансформаций, разработку научно-методических подходов к оценке динамики развития цифровизации, которая является неотъемлемым фактором и базисом формирования цифровой бизнес-среды и полноценной работы виртуальных рынков, а также к оценке эффективности функционирования, предложенной соискателем, цифровой торговой платформы; механизм развития виртуальных рынков, в основу которого положено вовлечение маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды в деятельность субъектов предпринимательства; цифровой формат оптимизации взаимодействия субъектов национального виртуального рынка, который автор предлагает адаптировать в форме цифровой торговой площадки с единой маркетинговой экосистемой.

результаты исследования были одобрены и внедрены в деятельность предпринимательских структур г. Донецка, Аппарата Народного Совета Донецкой Народной Республики, соответствует требованиям и их апробация посредством публикации в журнале «Экономика».

Наряду с положительной оценкой работы имеются следующие замечания:

1. На странице 12 автореферата указано, что проведен опрос руководителей и специалистов интернет-предприятий об использовании информационных ресурсов маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды. Целесообразно уточнить объем выборки респондентов.

2. Несмотря на то, что автор совершенно правомерно говорит об институциональных факторах, формирующих внешнюю маркетинговую среду, и влияющих на внутреннюю, в представленном механизме это не отражено (рис.6).

Отмеченные замечания не снижают высокий уровень представленной работы и её научно-практическое значение, что позволяет сделать вывод о том, что диссертационная работа на тему «Маркетинговый потенциал цифровой бизнес-среды на виртуальном рынке», соответствует требованиям «Положения о присуждении учёных степеней, предъявляемым к кандидатским диссертациям», в том числе к научной новизне, теоретической и практической значимости, является завершённым научным исследованием, а её автор Попова Анна Александровна заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Я, Рацупкина Валентина Никитовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук
по специальности 08.00.04 – Экономика и управление
предприятиями (по видам экономической деятельности),
профессор, профессор кафедры экономики,
экспертизы и управления недвижимостью
ГОУ ВПО «Донбасская академия строительства
и архитектуры»

В.Н. Рацупкина

Подпись доктора экономических наук, профессора Рацупкиной В.Н. удостоверяю.

Ученый секретарь академии,
кандидат экономических наук



М.А.Гракова

Контактные данные:

6123, ДНР г. Макеевка, ул. Державина, 2

тел.: +38(071)341-33-82

mail: vnr53@mail.ru

адрес сайта: <https://donnasa.ru>