

**Заключение диссертационного совета Д 01.004.01 на базе  
Государственной организации высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки  
Донецкой Народной Республики по диссертации на соискание ученой  
степени кандидата экономических наук**

аттестационное дело № \_\_\_\_\_  
решение диссертационного совета Д 01.004.01 от 12.04.2022 г. № 18

**О ПРИСУЖДЕНИИ**

Поповой Анне Александровне  
ученой степени кандидата экономических наук

Диссертация «Маркетинговый потенциал цифровой бизнес-среды на виртуальном рынке» по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: по отраслям сферы деятельности (в т. ч.: маркетинг) принята к защите «10» февраля 2022 г., протокол № 5 диссертационным советом Д 01.004.01 на базе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, 83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Приказ Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 630 от 01.10.2015 г.

Соискатель Попова Анна Александровна 1993 года рождения.

В 2018 году окончила Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» магистерская программа «Маркетинг».

В 2021 году окончила аспирантуру Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

С 2018 года работает ассистентом кафедры маркетинга и торгового дела Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Диссертация выполнена на кафедре маркетинга и торгового дела Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Научный руководитель – доктор экономических наук, доцент Яковлева Юлия Константиновна, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», профессор кафедры маркетинга и торгового дела.

Официальные оппоненты:

Петенко Ирина Валентиновна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга и логистики, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»;

Курипченко Елена Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и маркетинга ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет»

дали положительные отзывы о диссертации.

Ведущая организация - Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» в своем положительном заключении, подписанном Салитой Светланой Викторовной, доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой «Финансы и кредит», и утвержденном ректором, доктором технических наук, профессором Рябичевым Виктором Дроновичем указала, что диссертация представляет собой

завершенную научно-исследовательскую работу на актуальную тему. Обоснованность и достоверность научных положений и выводов соискателя подтверждается анализом структуры работы, логики изложения, методики проведения исследования, соответствием общепринятым теоретическим положениям и эмпирическим данным, полнотой информационной базы и степенью апробации. Логика изложения прозрачна, используемые диссертантом аргументы представляются убедительными. Новые научные результаты, полученные соискателем, имеют существенное значение для отечественной науки и практики. Автореферат отражает содержание диссертации. Научные положения, выносимые на защиту, достаточно полно отражены в опубликованных автором научных работах. Диссертация соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 21 работе, в том числе: 1 коллективная монография, 10 статей в рецензируемых научных изданиях, 1 статья в прочих изданиях, 9 работ апробационного характера. Общий объем публикаций – 10,2 печ. л., из которых 7,69 печ. л. принадлежат лично автору.

Наиболее значимыми научными работами по теме диссертации являются:

1. Попова, А.А. Теоретические аспекты цифрового маркетинга в интернет среде / Ю.К. Яковлева, А.А. Попова / Торговля и рынок. – 2018. - № 4'(48), т.2. – С. 180-185.

Личный вклад: составлены основные направления развития цифрового маркетинга и интернет-технологий.

2. Попова, А.А. Эволюция интернет-маркетинга как составляющей электронной коммерции / Ю.К. Яковлева, А.А. Попова / Торговля и рынок. – 2019. - №2'(50) – С. 168-174.

Личный вклад: проведен анализ развития интернет-маркетинга.

3. Попова, А.А. Основные подходы к определению понятия «Интернет-маркетинг» / А.А. Попова / Торговля и рынок. – 2020. - №4'(56), т.1. – С. 138-142.

4. Попова, А.А. Совершенствование институциональных основ развития виртуальных рынков и их маркетингового потенциала / Ю.К. Яковлева, А.А. Попова / Торговля и рынок. – 2020. - №3'(55), т.2, ч.2. – С.252-268.

Личный вклад: проведен анализ мировой и отечественной практики регулирования электронной коммерции и составлен образец логотипа для веб-сайтов.

5. Попова, А.А. Подход к оценке маркетингового потенциала виртуального рынка в Донецкой Народной Республике // ЦИТИСЭ. — 2021. — № 3. – С. 411-424. (ВАК РФ)

6. Попова А.А. Оценка ожидаемой эффективности применения цифровой платформы в Донецкой Народной Республике / Вестник Донецкого национального университета. Серия В: Экономика и право - 2021. - №3 – С. 282-291.

7. Попова, А.А. Потенциал цифровизации экономики в Донецкой Народной Республике / А.А. Попова // Вестник Института экономических исследований. – 2021. – № 3 (23) – С. 39-56.

8. Попова, А.А. Цифровая бизнес-среда и её маркетинговый потенциал как результат процессов цифровизации в экономике и обществе / Ю.К. Яковлева, А.А. Попова / Научный журнал «Управленческий учет». – 2021. - №9 – С. 834-845. (ВАК РФ)

Личный вклад: проанализированы тенденции процесса цифровизации и рассмотрены особенности формирования цифровой бизнес-среды.

9. Попова, А.А. Оптимизация бизнес-взаимодействия субъектов виртуального рынка Донецкой Народной Республики / А.А. Попова / Торговля и рынок. – 2021. - № 4'(60), т.1. – С. 245-258.

10. Попова, А.А. Концептуальные положения развития виртуальных рынков в условиях современной маркетинговой реальности / Ю.К. Яковлева, А.А. Попова / Торговля и рынок. - 2021. - № 3'(59), т.2., ч.1 – С. 208-225.

Личный вклад: обосновано влияние цифровой бизнес-среды на развитие маркетинговой деятельности, выделены ключевые факторы развития виртуальных рынков, определены стратегические задачи для субъектов виртуального рынка в рамках формирования механизма их развития.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, проректором Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донбасская юридическая академия» (ДНР, г. Донецк) Балко Еленой Васильевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) текст автореферата на стр. 16 не дает возможности сделать вывод о том, насколько приведенная система показателей по РФ применима к реалиям ДНР и следует ли ее адаптировать; 2) на рисунке 6, стр. 17, в предложенной модели следовало бы обозначить связь элементов «создание потребительской ценности» и «увеличение контингента лояльных потребителей..» как желаемого результата имплементации разработанного механизма.

2. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры экономики и финансов ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» (РФ, г. Сочи) Гварлиани Татьяной Евгеньевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 9 рис.1 смысловой элемент «создание потребительской ценности» целесообразно было бы показать в системе структурно-логистических прямых и обратных связей; 2) ввиду особой актуальности и важности исследуемых в работе проблем, следовало более аргументировано обосновать допущение автора о корреляции данных развития цифровых технологий ДНР и РФ (стр. 21).

3. Отзыв, подписанный доктором экономических наук профессором, профессором кафедры бухгалтерского учета, налогов и экономической безопасности ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет» (РФ, г. Йошкар-Ола) Мироновой Ольгой Алексеевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на наш взгляд, выделение, при трактовке маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды, интернет-аудитории и

потребительского поведения, как отдельных компонентов, является спорным, так как поведение продуцируется данной аудиторией и не может существовать отдельно от нее; 2) перечень объектов виртуального рынка на рисунке 2 (стр.11) целесообразно дополнить объектами C2C и C2G, т.к. они очень важны для развития виртуальных рынков и цифровой бизнес-среды.

4. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, старшим научным сотрудником отдела финансово-экономических исследований Государственного бюджетного учреждения «Институт экономических исследований» (ДНР, г. Донецк) Сеницыной Мариной Игоревной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 12 текста автореферата указано, что проведен опрос руководителей и специалистов интернет-предприятий для оценки уровня использования маркетинговых возможностей работы на виртуальных рынках, однако целесообразно уточнить какие интернет-предприятия, их выборку и сферу деятельности; 2) на рисунке 9 (стр. 21) автореферата представлен алгоритм оценки ожидаемой расчетной эффективности функционирования цифровой платформы, целесообразно пояснить необходимость применения логарифмического подхода в данной детерминированной многофакторной модели.

5. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, заместителем директора по дополнительному образованию и научно-исследовательской работе Филиала Ухтинского государственного технического университета в г. Усинске (РФ, г. Усинск) Чувапкиной Ириной Владимировной. Отзыв положительный. Замечания: 1) в тексте автореферата (стр. 8) указано, что автором предложено выделять цифровую бизнес-среду в рамках региональной, национальной и глобальной экономики и раскрыт только уровень региональной экономики. Однако не ясно какие задачи развития цифровой бизнес-среды ставятся для национального и глобального уровня экономики; 2) а странице 14 автореферата представлена оценка уровня использования маркетинговых возможностей работы на виртуальных рынках в

деятельности предприятий. Целесообразно уточнить вид деятельности данных предприятий для нивелирования искажения представленных результатов.

6. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, и.о. директора Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федеральный исследовательский центр «Коми научный центр Уральского отделения Российской академии наук» (РФ, г. Сыктывкар) Шеломенцевым Андреем Геннадьевичем. Отзыв положительный. Замечания: 1) на стр. 9. автореферата отмечено, что автором проведен анализ развития глобальной цифровой бизнес-среды и проанализированы основные тенденции развития электронной коммерции в глобальном масштабе, однако в тексте автореферата не представлены даже краткие или обобщенные результаты такого анализа, который, наверняка, предполагал использование интересной и актуальной мировой статистической базы; 2) следовало бы представить структуру всех пяти групп сбалансированной системы показателей, которые использовались при расчете итогового интегрального показателя уровня развития цифровизации экономики как основы формирования цифровой бизнес-среды (стр. 15-16 автореферата).

7. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, доцентом кафедры маркетинга и логистики ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики (ДНР, г. Донецк) Ягнюк Ириной Михайловной. Отзыв положительный. Замечания: 1) на рисунке 1 (стр. 9) представлена схема «Формирование маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды», целесообразно было бы добавить к составляющим маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды интернет-коммуникации; 2) в таблице 1 «Оценка уровня использования маркетинговых возможностей работы на виртуальных рынках в деятельности предприятий» (стр. 14), необходимо сослаться на источник предоставленной информации.

8. Отзыв, подписанный доктором экономических наук, профессором, профессором кафедры экономики, экспертизы и управления недвижимостью

ГОУ ВПО «Донбасская академия строительства и архитектуры» (ДНР, г. Макеевка) Ращупкиной Валентиной Никитовной. Отзыв положительный. 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).

9. Отзыв, подписанный кандидатом экономических наук, доцентом, доцентом кафедры экономики, ученым секретарем ГБОУ ВПО «Донбасская аграрная академия» (ДНР, г. Макеевка) Святенко Инной Николаевной. Отзыв положительный. Замечания: 1) автор акцентирует внимание на необходимости институциональных преобразований, в том числе создание реестра субъектов электронной коммерции, регистрации в нем и т.д., с целью создания более благоприятных условий для развития виртуальных рынков, (с. 18-19 автореферата), что бесспорно является актуальным. В данной связи, интерес представляет мнение соискателя относительно органов власти, ответственных за такие преобразования и их регистрацию. Не раскрыты вопросы относительно запуска цифровой платформы как проекта государственного масштаба и значения, что в практической плоскости должно сопровождаться взаимодействием государства и представителей бизнеса, научной и технической сферы; 2) часто употребляемое словосочетание в автореферате (например, цифровая бизнес-среда, маркетинговый потенциал) целесообразно заменить удобными аббревиатурами.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается известностью их достижений в области специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), наличием публикаций в соответствующей сфере исследования и способностью определить научную и практическую ценность диссертации.

**Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:**

*разработаны:* концептуальный подход к развитию виртуальных рынков; механизм развития виртуальных рынков на основе маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды; модель развития маркетинга в условиях современной маркетинговой реальности; модель иерархии виртуальных потребностей интернет-аудитории;

*предложены:* научно-методический подход к оценке уровня цифровизации экономики, как основы формирования цифровой бизнес-среды; научно-методический подход к оценке ожидаемой эффективности функционирования цифровой торговой платформы;

*доказаны:* перспективность оптимизации взаимодействия субъектов виртуального рынка в форме инфраструктурно-прикладной цифровой платформы;

*введены:* в понятийно-категориальный аппарат уточнения понятий: «цифровая бизнес-среда», «маркетинговый потенциал цифровой бизнес-среды», «виртуальные потребности», «виртуализация потребностей», «цифровизация».

**Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:**

*доказана:* перспективность и целесообразность интеграций бизнес-процессов субъектов виртуального рынка с маркетинговым потенциалом цифровой бизнес-среды, с целью оптимизации их маркетинговой деятельности, увеличения контингента потребителей и бизнес-субъектов на виртуальных рынках, развитию электронной коммерции в целом, как неотъемлемых атрибутов новой конкурентоспособной экономики;

для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач в диссертационной работе *использованы* следующие общенаучные и специальные методы: теоретического обобщения, индуктивного и дедуктивного познания, анализа и синтеза, классификаций, семантического контент-анализа, логического анализа и социологических опросов, экспертной оценки, экономико-

статистические, экономико-математического моделирования, гипотез и эксперимента, графический и построение аналитических таблиц;

*изложены:* концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных авторов по проблемам исследования виртуальных рынков и развития электронной коммерции;

*раскрыты:* сущность основных понятий и содержание процессов развития виртуальных рынков и цифровой бизнес-среды, что позволило определить возможности и перспективы деятельности субъектов электронной коммерции в условиях современной маркетинговой реальности;

*изучены:* особенности развития цифровой бизнес-среды и виртуальных рынков, а также, влияние ключевых факторов на трансформацию новой маркетинговой реальности и современные концептуальные тренды развития маркетинга;

*проведена модернизация:* механизма развития виртуальных рынков, научно-методических подходов к: оценке уровня развития цифровизации как основы формирования полноценной цифровой бизнес-среды и оценке ожидаемой эффективности функционирования предложенной торговой платформы.

**Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:**

*разработан* механизм развития виртуальных рынков в условиях современной цифровой бизнес-среды, а также, цифровой формат оптимизации взаимодействия субъектов виртуального рынка в форме инфраструктурно-прикладной цифровой платформы, что на практике позволит оптимизировать маркетинговую деятельность бизнес-субъектов, обусловит развитие виртуальных рынков и создание новой потребительской ценности. Перспектива *внедрения* и положительная оценка данных положений работы подтверждается справкой Аппаратом Народного Совета Донецкой Народной Республики (справка № 03.1-94/3/1189 от 18.11.2021 г.).

*определены:* возможности и перспективы практического использования предложенных научно-методических подходов к: оценке уровня развития цифровизации как основы формирования полноценной цифровой бизнес-среды и оценке ожидаемой эффективности функционирования предложенной торговой платформы, а также рекомендации по созданию и запуску инфраструктурно-прикладной цифровой торговой платформы как цифрового формата оптимизации взаимодействия субъектов виртуального рынка ДНР, что подтверждается справкой ООО «ДОН АПЕКС» (интернет провайдер) (справка № 89 от 16.11.2021 г.).

*созданы:* ряд рекомендаций по: оптимизации деятельности субъектов виртуального рынка на основе интеграции их бизнес-процессов с маркетинговым потенциалом цифровой бизнес-среды; практической реализации разработанных научно-методических подходов к оценке тенденций развития цифровой бизнес-среды (подход к оценке уровня цифровизации, оценке маркетингового потенциала виртуальных рынков), и бизнес-процессов в ней осуществляемых (подход к оценке эффективности функционирования цифровой платформы); совершенствованию институциональных основ развития виртуальных рынков, что подтверждается справкой ООО «Арония» (справка № 1-4 от 29.10.2021 г.).

*представлены:* результаты дальнейшего развития понятийно-категориального аппарата в рамках проблемного поля исследования, которые используются в учебном процессе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция», «Цифровой маркетинг» (справка № 02.01/2069 от 17.11.2021 г.).

### **Оценка достоверности результатов исследования выявила:**

*теория:* исследования основывается на обобщении теоретических разработок ведущих ученых по проблемам развития цифровой бизнес-среды и

ее маркетингового потенциала, виртуального рынка, а также репрезентативных данных, полученных в ходе проведенного соискателем эмпирического исследования, которые согласуются с теоретическими разработками и опубликованными официальными данными по теме диссертации, с выводами, полученными другими авторами;

*идея базируется:* на фундаментальных положениях экономической теории, экономики предприятия, маркетинга, научных разработках отечественных и зарубежных ученых по проблемам формирования маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды, интернет-маркетинга, виртуального рынка; информационных материалах статистических, справочных, периодических изданий; статистической отчетности, а также результатах опросов потребителей и руководителей предприятий торговли Донецкой Народной Республики.

*использовано:* сопоставление авторских идей, положений и точек зрения с существующими в рассматриваемой объектно-предметной области, что способствовало получению новых научных результатов и предложений, составивших основу новизны проведенного исследования.

*установлено:* точка зрения автора и выводы, полученные в результате анализа и обобщения материалов, используемых в ходе решения задач исследования, не противоречат обоснованным ранее положениям теории и практики маркетинга, а также совпадают по определённым аспектам с мнением авторов работ по смежной тематике, что отражено соответствующими ссылками и соблюдением правил цитирования в тексте диссертации;

*использованы:* современные методики сбора и обработки исходной информации, которые осуществлялись с использованием операционной системы Microsoft Excel и Statistica, интернет-сервисов (Anketolog, Google Analytics, Tilda Publishing).

**Личный вклад соискателя состоит в:** обосновании цели, задач, методов исследования, связанных с разработкой научных и практических рекомендаций по развитию виртуальных рынков на основе маркетингового потенциала

цифровой бизнес-среды; систематизации, анализе и обобщении теоретического и практического материала, посвященного тенденциям развития современной маркетинговой реальности и факторам её трансформации, концептуальным трендам маркетинговой практики и их влиянию на развитие маркетинга в условиях цифровых реконструкций, оптимизации маркетинговой деятельности субъектов рынка посредством интеграции их бизнес-процессов с маркетинговым потенциалом цифровой бизнес-среды и созданию на этой основе новой потребительской ценности; апробации полученных результатов исследования; личном участии в обсуждении результатов исследования на научно-практических конференциях различного уровня; подготовке публикаций по результатам исследования. Лично соискателем: рассмотрены теоретические основы формирования маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды; изучена эволюция цифровой бизнес-среды и технологий интернет-маркетинга; представлена концептуальная аргументация развития виртуального рынка в условиях современной маркетинговой реальности; проанализировано состояние электронной коммерции в Донецкой Народной Республике; проведена диагностика использования ресурсов и возможностей маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды; разработан научно-методически подход к оценке уровня цифровизации экономики как основы развития цифровой бизнес-среды; обоснован механизм развития виртуального рынка на основе использования маркетингового потенциала цифровой бизнес-среды; представлен цифровой формат оптимизации взаимодействия субъектов виртуального рынка Донецкой Народной Республики; разработан научно-методически подход к оценке эффективности функционирования цифровой торговой платформы.

На заседании 12.04.2022 года диссертационный совет Д 01.004.01 принял решение присудить Поповой Анне Александровне ученую степень кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

При проведении открытого голосования диссертационный совет в

количестве 20 человек, из них 8 докторов наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), участвовавших в заседании, из 25 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за – «20», против – «нет», воздержались – «нет».

Председатель  
диссертационного совета Д 01.004.01  
д.э.н., профессор

Ученый секретарь  
диссертационного совета Д 01.004.01  
д.э.н., доцент



Е.М. Азарян

А.Н. Германчук

«12» апреля 2022 г.