

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Войтюк-Ченакал Марии Владимировны на тему:  
«Формирование маркетинговой стратегии интернет-торговли», представленную  
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)

Проникновение Интернета в значительной степени повлияло на весь деловой мир. С точки зрения покупателя Интернет создает новые, менее дорогостоящие способы совершения покупок. С точки зрения бизнеса, глобализация рынка, наряду с уменьшением эффективности офлайн-маркетинга, побудила предприятия корректировать свои маркетинговые планы, увеличивая присутствие в Интернете, стремясь привлечь новых и поддерживать существующих клиентов для обеспечения долгосрочной прибыльности и стабильной работы на рынке. В этой связи проблема разработки эффективной маркетинговой стратегии, позволяющая принимать оптимальные решения для более полного удовлетворения запросов и потребностей потребителей, является актуальной.

Научная новизна исследования заключается в развитии теоретико-методических основ формирования маркетинговой стратегии интернет-торговли, основанной на онлайн-лояльности покупателей и результативных показателях интернет-маркетинга.

Как свидетельствует автореферат, в диссертации рассмотрена эволюция и специфика развития интернет-торговли в системе электронного бизнеса; разработаны концептуальные положения формирования маркетинговой стратегии развития интернет-торговли; проведены маркетинговые исследования развития рынка интернет-торговли; проведен анализ онлайн-лояльности потребителей; оценена эффективность маркетинговой стратегии интернет-торговли; разработан стратегический портфель маркетинговых стратегий интернет-торговли; обоснован механизм реализации маркетинговой стратегии интернет-торговли.

Обоснованность выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертационной работе, базируется на научных концепциях и подтверждена корректным теоретическим обоснованием разработок российских и зарубежных ученых по проблемам стратегического маркетинга. Достоверность результатов исследования подтверждается глубоким анализом представительного массива информации с применением различных методологических подходов. Положительно следует отметить использование в работе данных веб-аналитики, что позволило рассмотреть результативность работы интернет-магазинов.

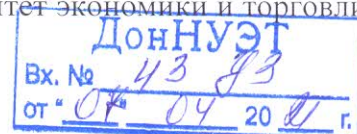
С положительной точки зрения следует отметить

- предложенные автором концептуальные положения формирования маркетинговой стратегии интернет-торговли, позволяющие обеспечить эффективное функционирование предприятия, укрепить его рыночную позицию, которая создается за счет достижения чрезвычайно высокого и стабильного уровня лояльности в четко определенном сегменте рынка (стр. 8);

- научно-методический подход к оценке эффективности реализации маркетинговой стратегии интернет-торговли, интегрирующий комплексные оценки рыночной эффективности, конкурентоспособности предприятия, онлайн-лояльности потребителей и результативности сайта интернет-магазина, что позволит оценить степень достижения целей маркетинговой деятельности и принять оптимальные решения для более полного удовлетворения запросов и потребностей потребителей (стр. 12-14);

- механизм реализации маркетинговых стратегий интернет-торговли, который охватывает комплекс взаимосвязанных элементов (контент, условия, команда и средства) с детализацией инструментов их осуществления, обеспечивающих выполнение комплекса маркетинговых мероприятий в рамках разработанных стратегий (стр. 16).

Теоретическое значение полученных результатов заключается в развитии теоретических и методических положений по разработке маркетинговой стратегии интернет-торговли в целях обеспечения клиентоориентированной деятельности предприятий. О теоретической значимости работы свидетельствует также наличие справки о внедрении материалов диссертационной работы в учебный процесс ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли





имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Интернет-маркетинг», «Электронная коммерция».

Практическую значимость предложенных разработок автора подтверждают справки о внедрении результатов исследования от предпринимательских структур г.Донецка.

Между тем, диссертанту можно сделать следующие замечания, касающиеся содержательной стороны его работы. Из текста автореферата не ясно, какие именно показатели результативности работы сайтов интернет-магазинов были использованы для исследования видимости сайта, вовлеченности посетителей и оптимизации сайта (стр. 12). Кроме того, целесообразно было дать более развернутую характеристику предложенных маркетинговых стратегий с указанием комплекса мероприятий по их реализации.

Указанные замечания не снижают научно-практической ценности диссертационной работы. Судя по автореферату, в диссертации присутствуют все необходимые признаки актуальности, достоверности, научной новизны, теоретической и практической значимости полученных лично соискателем научных результатов.

В целом автореферат свидетельствует, что диссертационная работа на тему «Формирование маркетинговой стратегии интернет-торговли» выполнена на достаточном научно-методическом и практическом уровне с соблюдением требований п. 2.2 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Совета Министров ДНР от 27.02.2015г. № 2-13, а ее автор – Войтюк-Ченакал Мария Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

*Я, Кулик Александра Константиновна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.*

Кандидат экономических наук  
по специальности 08.00.05 – Экономика  
и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности,  
в т.ч.: экономика, организация  
и управление предприятиями,  
отраслями, комплексами),  
доцент кафедры  
управления бизнесом и персоналом  
Государственного образовательного  
учреждения высшего  
профессионального образования  
«Донецкий национальный  
технический университет»

Кулик Александра Константиновна

Подпись кандидата экономических наук Кулик А.К. удостоверяю:

Начальник отдела кадров



Садлова Карина Матвеевна

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

Адрес: 283001, ДНР, г. Донецк, ул. Артема, 58

Телефон: +38 (062) 301-07-69

E-mail: [donntu.info@mail.ru](mailto:donntu.info@mail.ru)

Сайт: <https://donntu.org>