

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)

Современные условия функционирования отечественных предприятий отличаются высоким уровнем конкуренции и нестабильности, повышением роли потребителя и усилением глобализации бизнеса, становлением виртуальных рынков и развитием торговых отношений на основе интернет-технологий. Использование новых каналов продвижения продукции социальные сети, веб-сайты, мультимедийная реклама, онлайн-реклама в поисковых системах, электронный маркетинг, интерактивный маркетинг (опросы, добавления в игры, мобильный маркетинг) предоставляет предприятиям новые возможности для ведения бизнеса и определяет новые принципы поведения на рынке. В связи с этим проблема формирования эффективной маркетинговой стратегии предприятий интернет-торговли является актуальной.

Как свидетельствует автореферат, диссертация Войтюк-Ченакал М.В. является самостоятельно выполненным научным исследованием, в котором обоснован авторский подход к формированию маркетинговой стратегии предприятий интернет-торговли.

Автором проведено маркетинговое исследование развития рынка интернет-торговли; проанализирована онлайн-лояльность потребителей интернет-предприятий; оценена эффективность маркетинговой стратегии интернет-торговли.

С положительной точки зрения следует отметить проведенный в работе анализ факторов, формирующих онлайн-лояльность, в процессе которого проведена оценка удовлетворенности потребителя ценностным предложением продавца (интернет-магазина); изучен потребительский опыт,

возникающий на разных этапах онлайн-покупки; анализ воспринимаемой ценности предложения и качества обслуживания; оценка доверия потребителей к интернет-магазину.

Вызывает интерес предложенный в работе подход к изучению результативности работы сайтов интернет-магазинов с использованием данных веб-аналитики с помощью сервисов SEMrush, Serpstat, PR-CY, Alexa Internet, позволивший получить данные о работе сайтов исследуемых интернет-предприятий.

Особый интерес вызывают следующие элементы научной новизны: концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии интернет-торговли, основанный на научно-обоснованной взаимосвязи теоретического, аналитического и практического базисов; научно-методический подход к разработке портфеля маркетинговых стратегий интернет-торговли; механизм реализации маркетинговой стратегии интернет-торговли; 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.

Практическую ценность данной диссертационной работы подтверждает тот факт, что научно-прикладные разработки приняты к внедрению предприятиями различных форм собственности.

Структура и содержание автореферата соответствует требованиям нормативных документов и позволяет составить представление о диссертационной работе.

Вместе с тем, в представленном на рисунке 5 алгоритме анализа онлайн-лояльности потребителей автор указывает на показатель качества обслуживания потребителей на этапах совершения покупки. Однако из представленного рисунка и содержания автореферата не вполне понятно, каким образом рассчитывался указанный показатель. Кроме того, в работе

целесообразно было больше внимания уделить механизму формирования доверия потребителей к интернет-магазинам.

Указанные недостатки не умаляют ценности диссертационной работы, которая отвечает требованиям ВАК, является завершённым научным исследованием и заслуживает положительной оценки, а ее автор, Войтюк-Ченакал Мария Владимировна - 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, Литвин Валерия Викторовна, согласна на автоматизированную обработку персональных данных.

доцент Департамента банковского дела и
финансовых рынков Финансового факультета
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»,
кандидат экономических наук по специальности
08.00.01 – Экономическая теория, доцент

В.В. Литвин

Контактные данные:

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
125993, г. Москва, Ленинградский просп., 49
тел. 8 (499) 503-47-75
e-mail: VLitvin@fa.ru
официальный сайт: <http://www.fa.ru>*

