

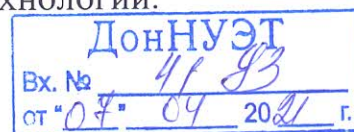
ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы Войтюк-Ченакал Марии Владимировны на тему «Формирование маркетинговой стратегии интернет-торговли», 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 условиях развития информационных технологий Интернет-торговля, являясь одной из наиболее динамично развивающихся и перспективных форм бизнеса, представляет собой современную форму канала распределения в комплексе маркетинга предприятия. Продажа товаров через Интернет позволяет снизить затраты продавца и тем самым предложить товар по более низкой цене, способствует расширению рынков сбыта и привлечению большего количества потребителей. В свою очередь, потребители получают преимущества в виде удобства выбора и сокращения затрат времени и ресурсов на поиск необходимого товара.

Это требует разработки и использования современных подходов к осуществлению маркетинговой деятельности предприятий на Интернет-рынке и разработки успешной маркетинговой стратегии. В связи с этим появление исследований, отображающих теоретические, методические и практические аспекты формирования маркетинговой стратегии интернет-торговли, является своевременным и актуальным.

Рецензируемая работа отличается системностью, логичностью и последовательностью изложения. Научный уровень выполненного исследования и содержание работы свидетельствуют о глубоком знании автором предмета исследования, владении методологическим аппаратом, умении дать критическую оценку большому объему научной информации, навыкам обработки статистических и учетных данных, опыту использования в работе научного аппарата экономических наук и умение использовать в ходе исследования современные компьютерные технологии.



В диссертации достигнута цель работы - обоснование теоретико-методических положений и практических рекомендаций по формированию маркетинговой стратегии развития интернет-торговли. Для достижения поставленной цели в работе решен ряд взаимосвязанных задач, которые комплексно, системно и глубоко раскрывают проблематику исследований.

В работе автором дана характеристика современного состояния интернет-торговли, представлены результаты исследования отношений потребителей к покупкам в сети интернет; предложена методика оценки эффективности реализации маркетинговой стратегии интернет-торговли.

Научный интерес вызывает рассмотренная в работе концептуальная модель онлайн-лояльности потребителей, позволяющая сопоставить соответствие реализуемой маркетинговой стратегии интернет-магазинов ожиданиям потребителей и оценить потребительские усилия в разрезе этапов осуществления онлайн-покупок.

Автором также содержательно и детально рассмотрена эффективность реализации маркетинговой стратегии в разрезе рыночной эффективности, конкурентных позиций на рынке, онлайн-лояльности потребителей, результативности работы сайта. Это позволяет определить приоритетные направления совершенствования маркетинговой деятельности интернет-предприятий, оперативно выявить и устранить отклонения в достижении маркетинговых целей, обеспечить устойчивые позиции предприятия на рынке и более полное удовлетворение потребностей потребителей.

В тоже время следует заметить, что автору следовало обратить внимание на следующие дискуссионные моменты: 1) автору целесообразно было увязать результаты онлайн-лояльности потребителей с представленным на рисунке 7 портфелем маркетинговых стратегий интернет-торговли; 2) не нашли достаточного освещения в автореферате организационные вопросы управления интернет-магазинами (наличие специалистов, их квалификация, функциональный анализ деятельности подразделений, занимающихся маркетинговой деятельностью).

Однако указанные замечания не снижают теоретической и практической ценности работы соискателя и не отражаются на общей положительной оценке диссертации.

Автореферат позволяет сделать вывод о том, 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, Матюшин Алексей Валериевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Кандидат экономических наук по специальности 08.06.01 – Экономика предприятия и организация производства, старший научный сотрудник, заведующий отделом финансово-экономических исследований ГУ «Институт экономических исследований»



А.В. Матюшин

Подпись кандидата экономических наук, старшего научного сотрудника

А.В. Матюшина удостоверяю

Ученый секретарь института, кандидат юридических наук, доцент




Н.В. Черкасская

Контактные данные:

ГУ «Институт экономических исследований»

ДНР, г. Донецк, ул. Университетская, 77

Тел.: +38(062) 311 57 90

e-mail: office@econri.org

адрес сайта: [http //econri.org/](http://econri.org/)