

В диссертационный совет Д 01.004.01 при ГО ВПО
«Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по
защите диссертаций на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук

Отзыв на автореферат диссертации
Войтюк-Ченакал Марии Владимировны
на тему: «ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ», представленный 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)

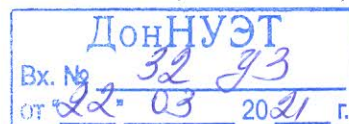
Актуальность темы диссертационной работы не вызывает сомнений. В условиях пандемии вопросы интернет-торговли приобрели особое значение, что позволило продолжить функционировать предприятиям, а покупателям удовлетворять свои потребности.

Автореферату диссертации характерно системное изложение структурных подразделов работы, выделены основные положения научной новизны полученных результатов, определена теоретическая и практическая значимость работы. Следует подчеркнуть глубокие теоретические исследования автора по теме работы, использование разнообразных методов, а также универсальность разработок для интернет-предприятий.

В автореферате диссертации представлено системное изложение структурных подразделов работы, выделены основные положения научной новизны полученных результатов, определена теоретическая и практическая значимость работы. Автором разработана концептуальная модель онлайн-лояльности потребителей, которая базируется на удовлетворенности потребителя ценностным предложением продавца (интернет-магазина); положительном потребительском опыте, возникающий на разных этапах онлайн-покупки; воспринимаемой ценности предложения и качества обслуживания, доверии потребителей к интернет-магазину, что позволит сопоставить соответствие реализуемой маркетинговой стратегии интернет-магазинов ожиданиям потребителей, оценить потребительские усилия в разрезе этапов осуществления онлайн-покупок и разработать эффективную маркетинговую стратегию по привлечению новых и удержанию существующих потребителей.

Среди поставленных автором задач наибольший интерес вызывают вопросы оценки эффективности маркетинговой стратегии интернет-торговли и разработка портфеля маркетинговых стратегий интернет-торговли.

По результатам исследования опубликовано 11 работ, в том числе 5 статей в рецензируемых научных изданиях, 1 статья в прочих изданиях, 5 работ апробационного характера. Общий объем публикаций – 3,58 печ. л., из



которых 2,47 печ. л. принадлежат лично автору. География публикаций: Донецк, Луганск, Чебоксары, Смоленск, Брянск.

Замечания:

1. На стр. 7 автореферата дано авторское определение маркетинговой стратегии интернет-торговли, как обобщающей модели маркетингового поведения предприятия в виртуальной среде, определяющей порядок реализации маркетинговых действий по достижению поставленных целей. Считаю, что следовало бы дать более полную характеристику обобщающей модели маркетингового поведения предприятия в виртуальной среде и ее составляющим.

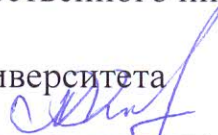
2. На стр. 9 автореферата предложено сгруппировать исследуемые интернет-предприятия в четыре группы (лидеры, челенджеры, последователи и нишеры), однако нет пояснения, какие критерии были использованы для этого.

В целом, указанные замечания не оказывают существенного влияния на теоретико-прикладное значение полученных результатов диссертационной работы Войтюк-Ченакал Марии Владимировны, поэтому отзыв на автореферат диссертации является положительным.

Автореферат диссертационной работы Войтюк-Ченакал Мария Владимировна на тему: «Формирование маркетинговой стратегии интернет-торговли» свидетельствует о том, что работа выполнена на достаточном научно-методическом и практическом уровне с соблюдением всех требований, предъявляемых к данному рода работам. Автор 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, Моламусов Залим Хашаевич, согласен на автоматизированную обработку персональных данных.

Кандидат экономических наук,
08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством,
доцент кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала
Российского экономического университета
имени Г.В. Плеханова


(подпись)

Моламусов Залим Хашаевич



Контактные данные:

- 350015, Российская федерация, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. Красноармейская д. 140, кв. 37;

- Molamusov.z.kh.kfreu@mail.ru;

- Краснодарский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, доцент кафедры торговли и общественного питания.