

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы Войтюк-Ченакал М.В. 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)

Тема диссертационной работы весьма актуальна, т.к. работ, раскрывающих вопросы формирования стратегии предприятий достаточно много, а относительно Интернет-торговли – практически отсутствуют. Рост продаж зависит не только от желания руководителя/собственника Интернет-магазина, а от разумной стратегии, которую он может реализовать для достижения результатов, что требует понимания процесса формирования маркетинговой стратегии Интернет-торговли, проведения маркетинговых исследований, анализа потребителей и их лояльности, а также эффективности действий предприятия на рынке, что позволит в конечном итоге сформировать портфель оптимальных маркетинговых стратегий и разработать соответствующие механизмы их реализации.

Как следует из автореферата автором четко очерчены предмет и объект исследования, сформулирована новизна полученных результатов; теоретическая и практическая значимость работы; методология и методы исследования.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с Паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг) в части пунктов 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга; 9.20. Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

Результаты диссертационной работы апробированы на пяти конференциях разного уровня с хорошей географией: Донецк (ДНР), Брянск, Киров, Смоленск (РФ), Луганск (ЛНР); опубликованы в 6 научных работах, из которых 5 статей – в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК ДНР, 1 статья в рецензируемых изданиях, индексируемых в РИНЦ. Общий объем публикаций составляет 3,58 п.л. Из научных работ, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом авторских исследований.

Несомненную научную новизну несут следующие результаты исследования, которые выносятся на защиту, а именно:

усовершенствованные: концептуальный подход к формированию маркетинговой стратегии Интернет-торговли, позволяющая создать условия для эффективного функционирования предприятия за счет укрепления его



рыночной позиции, обеспечения высокого и стабильного уровня лояльности потребителя в четко определенном сегменте рынка;

методический подход к оценке эффективности реализации маркетинговой стратегии Интернет-торговли, позволяющий осуществить оценку степени достижения целей маркетинговой деятельности в целях принятия оптимального решения наиболее полно удовлетворяющего запросы и потребности потребителей, предлагаемого предприятием продуктов (товаров).

получившие дальнейшее развитие: научно-методический подход к разработке портфеля маркетинговых стратегий Интернет-торговли, позволяющий предприятию своевременно реагировать на возможные изменения в рыночном окружении и разработать комплекс адекватных маркетинговых его действий на рынке;

понятийно-категориальный аппарат, в котором уточнены понятия: Интернет-торговля; маркетинговая стратегия Интернет-торговли; онлайн-лояльность потребителей.

Из автореферата следует, что диссертация характеризуется ясностью и логичностью изложения, автором продемонстрировано владение современными инструментами обработки информации. Работа имеет законченный вид и представляет собой самостоятельное научное исследование. Все научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту получены автором самостоятельно.

Практическая ценность результатов диссертационной работы подтверждена справками о внедрении в учебный процесс ГО ВПО «ДОННУЭТ» и в деятельность шести предпринимательских структур г. Донецка: ООО «ОТС»; ФЛП Ковач Н.И. (интернет-магазин «TradeBox»); ФЛП Опря Н.И. (интернет-магазин «F-mart»); ООО «Центр инновационного развития в экономике и управлении».

Вместе с тем, в работе имеются отдельные дискуссионные моменты и недостатки, которые не ухудшают ее положительное восприятие в целом:

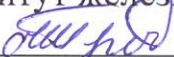
– на стр. 7, рис. 1 представлена разработанная автором концептуальная модель формирования онлайн-лояльности. Было бы целесообразно в тексте автореферата больше внимания уделить раскрытию факторов, контролируемых предприятием для достижения онлайн-лояльности.

– на стр. 16 представлен механизм реализации маркетинговых стратегий интернет-торговли, который позволит обеспечить «...возникновение синергетического эффекта» (стр.17). Требуется уточнения позиция автора касательно источников и факторов проявления синергетического эффекта на предприятия интернет-торговли.

В целом, несмотря на имеющиеся замечания, как следует из автореферата, диссертационная работа Войтюк-Ченакал Марии Владимировны на тему «Формирование маркетинговой стратегии Интернет-торговли», представленная 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),

является завершенным научным исследованием, решает актуальную научно-хозяйственную задачу, отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ей ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг).

*Я, Терованесов Михаил Румельевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Доктор экономических наук,  
08.00.07 – Демография, экономика труда, социальная экономика и политика,  
доцент, заведующий кафедрой экономики и менеджмента  
Государственной образовательной организации высшего профессионального образования «Донецкий институт железнодорожного транспорта»  
 Терованесов Михаил Румильевич

Донецкая Народная Республика 283018,  
Г. Донецк, ул. Горная, 6  
Тел.: +38(062)319-08-31;  
Эл. почта: [institute-transporta@mail.ru](mailto:institute-transporta@mail.ru)  
Сайт организации: <http://drti.donbass.com/>

Подпись Терованесова М.Р. заверяю:

*Начальник отдела кадров*

*Е.Н. Гончарук*

