

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Логиновой Юлии Валентиновны на тему  
«Маркетинговые технологии и модели в организации электронной  
торговли с учетом факторов потребительского поведения»,  
представленной на соискание степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным  
хозяйством: маркетинг**

В сложившихся условиях хозяйствования новые форматы взаимодействия с потребителями представляются востребованными и оправданными. К данному формату взаимодействия естественным образом относится электронная торговля, которая, по своей сути, кроме снижения накладных и прочих затрат стороны, осуществляющей поставки товаров и услуг, подстраивается под особенности поведения потребителей. Современные потребители проводят свой досуг в онлайн пространстве, у многих работа связана с коммуникационной сферой. Кроме того, ритм жизни больших городов приводит к минимизации времени на досуг, связанный с непосредственным личным посещением торговых учреждений. Все это создает условия для развития электронной торговли, минимизирующей временные затраты потребителей, упрощающей процедуры совершения покупки. Нарастание сферы электронной торговли, равно как и других рынков, может активно и успешно реализовываться на основе привлечения соответствующих маркетинговых моделей и технологий развития.

Соответственно, следует прийти к заключению, что тема диссертационного исследования, анализирующего маркетинговые технологии и модели в организации электронной торговли с учетом особенностей потребительского поведения, является актуальной.

Судя по содержанию автореферата, Логинова Ю.В. провела весомый литературный поиск по исследуемому вопросу. Заявленная в диссертационном исследовании цель – обоснование и валидация маркетинговых технологий и моделей для организации электронной торговли на основании учета факторов

потребительского поведения – представляется реализованной, равно как и заявленный комплекс задач.

Наиболее интересным представляется выявление и характеристика автором фактора потребительского поведения в новых экономических условиях жизни в современном социуме, заключающаяся в изменении потребительской ценности электронных денег, что способствует изменению модели поведения с рациональной на иррациональную, что должно учитываться в практической работе компаний.

Также интерес представляет сама модель потребительского поведения в новых условиях приобретения товаров и услуг в сети Интернет.

Результаты диссертационного исследования, судя по данным, приведенным в автореферате, были апробированы на практике и прошли обсуждение на большом количестве различных конференций. По диссертации опубликовано достаточное количество научных работ – 18, из которых 4 изданы в рецензируемых журналах, которые рекомендованы ВАК Минобрнауки РФ.

Вместе с тем, следует отметить, что данная работа, как и любое другое научное исследование, вызывает определенные вопросы. В частности, не совсем ясна авторская позиция по поводу изменения модели поведения потребителей с рационального варианта на иррациональный. Является ли это просто данностью экономической ситуации? Приветствуется автором или, по ее мнению, нуждается в коррекции?

Также вызывает вопрос, кем именно должна быть реализована, несомненно, интересная авторская разработка по поводу эффективного плана маркетинговых мероприятий в сфере электронной коммерции (с. 19).

Несмотря на возникающие вопросы и дискуссионные моменты, следует отметить, что они есть в любой диссертационной работе и свидетельствуют об актуальности анализируемой автором научной тематики.

В заключении можно сделать вывод, что судя по автореферату, диссертация соискателя является научно-квалификационной работой, обладающей научной

новизной, теоретической и практической ценностью, носит законченный характер.

Диссертация на тему «Маркетинговые технологии и модели в организации электронной торговли с учетом факторов потребительского поведения» отвечает требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» ВАК Минобрнауки РФ, а ее автор, Логинова Юлия Валентиновна, достойна присуждения искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

доктор экономических наук,  
профессор кафедры «Маркетинг и реклама»  
ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный  
экономический университет (РИНХ)»



Д.э.н. по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

Адрес: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, ауд. 333

E-mail: [b14v@yandex.ru](mailto:b14v@yandex.ru)

Тел. 8(863)237-02-55