

В объединенный диссертационный совет
Д 999.118.02 при ФГБОУ ВО «Уральский
государственный экономический
университет» и ФГАОУ ВО «Южно-
Уральский государственный университет
(национальный исследовательский
университет)»

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Сухостав Елизаветы Васильевны на тему «Управление омниканальным маркетингом в организациях розничной торговли», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)

В современных рыночных условиях вопросы взаимосвязи физической и цифровой среды при выстраивании политики сбыта и коммуникаций с потребителем представляют весомый научный интерес. Повсеместное развитие интернета, глубокое проникновение в инфраструктуру бизнеса информационных технологий приводит к появлению новых маркетинговых подходов и пересмотру системы управления маркетингом в организации. В этом контексте актуальность темы диссертационной работы, представленной соискателем, не вызывает сомнения.

Содержание автореферата свидетельствует о том, что автором в полной мере выполнены, поставленные в ходе диссертационного исследования задачи. При решении поставленных задач прослеживается логика, последовательность, структурность изложения.

К результатам исследования, составляющим научную новизну, можно отнести уточненное содержание понятия «омниканальный маркетинг», обобщенное понятие «маркетинговый канал», позволившее показать слияние

функций маркетинговых каналов коммуникации и каналов сбыта и предложить классификацию маркетинговых каналов. Помимо этого, автором разработана методика построения карты гейтов цифрового потребителя, учитывающая действия покупателя в офлайн- и онлайн-маркетинговых каналах и основанная на главных элементах процесса принятия решения о покупке. Предложен инструментально-методический аппарат омниканального маркетинга, представляющий собой модель ПБИТ (Потребитель. Бренд. Интеграция. Технологии), объединяющую основные элементы омниканального маркетинга, такие как потребитель, ценности бренда, интеграция и маркетинговые IT-технологии, с целью управления ими как контрольными точками омниканального маркетинга. Разработан и апробирован алгоритм управления омниканальным маркетингом в организациях розничной торговли, сформированных в аналитическую и организационно-технологическую части.

В работе последовательно и взаимосвязано рассмотрены теоретические, методические и прикладные аспекты исследования. Теоретическая значимость полученных выводов и результатов заключается в расширении научных представлений в части содержания дефиниции омниканального маркетинга; развитии теоретических положений трансформации модели поведения цифрового потребителя и управления омниканальным маркетингом. Практическая значимость полученных в диссертационном исследовании положений выражается в возможности их использования в деятельности организаций розничной торговли.

Наряду с общей положительной оценкой проведенного исследования, в работе имеют место некоторые недостатки, требующие уточнения. Так, в автореферате автором рассматривается процесс управления омниканальным маркетингом, однако не отражены вопросы, связанные с организационными аспектами управления омниканальным маркетингом, изменением структуры подразделений, реализующей маркетинговые функции в рамках омниканального маркетинга.

Изложенное замечание не снижает общей положительной оценки диссертационной работы.

Таким образом, представленная диссертационная работа представляет собой законченное, самостоятельное исследование и соответствует требованиям п.п 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842, а ее автор Сухостав Елизавета Васильевна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

кандидат экономических наук,
доцент, доцент кафедры менеджмента
Института экономики и управления

Е.Ю. Шацкая

Контактная информация:

Адрес: 355017, г. Ставрополь, ул. Пушкина, 1

Телефон: (9624) 46-80-36

Эл. адрес: eshatskaya@ncfu.ru

02.10.2020

