

В диссертационный совет
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»
Д 505.001.104 по защите диссертаций на
соискание ученой степени кандидата наук,
на соискание ученой степени доктора наук

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Жильцова Дениса Анатольевича
на тему «Управление интернет-маркетингом на рынке
логистических услуг», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:
маркетинг**

Диссертационное исследование Жильцова Дениса Анатольевича выполнено на актуальную тему. В последние годы широко используются цифровые технологии для улучшения рыночных коммуникаций в среде онлайн. Роль данных решений существенно возросла в связи с ограничениями из-за пандемии COVID-19. Это обуславливает необходимость не только активного использования инструментов цифрового маркетинга, но и исследовать вопросы эффективности их применения, в том числе на рынке логистических услуг. Данным вопросам пока уделяется недостаточно внимания. В настоящее время всё чаще коммерческие организации самостоятельно запускают собственные онлайн-сервисы логистических услуг, которые позволяют повысить эффективность использования наемного транспорта, сократить затраты на логистику, увеличить информированность и усилить коммуникационный процесс в налаживании обратной связи с целевыми аудиториями потребителей и партнеров. Посредством онлайн-сервисов ускоряются процессы поиска и заказа автотранспорта, улучшается качество доставки за счет высокой скорости реагирования на различные изменения в заказе, минимизируются вероятные ошибки в документообороте, своевременно предоставляется информация о состоянии доставки грузов. Для создания и внедрения подобных онлайн-сервисов необходимы знания по управлению интернет-маркетингом как эволюционного продолжения концепции социально-этического маркетинга.

В работе Жильцова Д.А. установлено, что сдерживающим фактором внедрения современного комплекса интернет-маркетинга в России является низкий уровень готовности значительной части участников рынка логистических услуг к работе в цифровом пространстве. Автор диссертации

также отмечает, что сдерживающим фактором является рассмотрение интернет-маркетинга исключительно как составляющей классического маркетинга, но не самостоятельного комплекса управления интернет-маркетингом, предоставляемым профессиональными интернет-агентствами на коммерческой основе для эффективного решения рыночных задач и удовлетворения потребностей наибольшего числа целевых аудиторий потребителей и партнёров по бизнесу на рынке логистических услуг. Данные условия предопределили выбор темы диссертационной работы, сделали необходимым разработку новых подходов к формированию механизма управления интернет-маркетингом на основе принимаемых организационно-управленческих решений.

Основные положения диссертации в полной мере отражены в автореферате. Автор выявляет и анализирует проблемы и вырабатывает средства их решения и реализации на практике. Важным результатом научного поиска автора является пункт новизны - разработка обобщенной модели управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, на основе концептуальной модели управления маркетингом, позволяющая оперативно корректировать управленческие маркетинговые решения в процессе планирования, организации и контроля.

Как показывает содержание автореферата, обширный аналитический материал, статистические данные определили высокую обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в представленной диссертации. Достаточно новой, как в теоретическом, так и в методическом аспектах, является разработанная автором группировка целевых сегментов потребителей логистических услуг по признакам и типам целевой аудитории. Это необходимо, так как усовершенствованный комплекс инструментов интернет-маркетинга выстраивается по данным группировкам целевых сегментов, что необходимо для последующего выбора вида интернет-платформы в целях продвижения в интернете коммерческой организации, в торговых предложениях которой присутствуют логистические услуги.

Вместе с тем следует отметить замечания по автореферату:

1) из автореферата не ясно, используются ли авторские разработки на уровне предприятий различных сфер деятельности, либо исключительно на рынке логистических услуг;

2) на с. 18 автореферата (см. табл. 3) представлены данные сводного среднесуточного анализа результативности интернет-платформы «Корпоративный сайт» на примерах пяти клиентов агентства. Автор не приводит на основе каких данных показан прирост конверсий, и можно ли

предположить, что в 2021 г. рынок логистических услуг будет расти, несмотря на экономический кризис в стране и мире, связанный с форматом COVID-19.

Указанные недостатки носят частный характер и не влияют на положительную оценку диссертации и автореферата.

В заключении сформулируем следующий вывод. Диссертационная работа Жильцова Д.А. актуальна, характеризуется научной, методологической и практической новизной, представляет собой логически завершенное научное исследование. Публикации в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России и в других научных изданиях по теме диссертации, свидетельствует о достоверности и обоснованности предложений и выводов соискателя.

Таким образом, диссертационная работа Д.А. Жильцова по своему научному уровню, актуальности и практической значимости, новизне положений, выводов и рекомендаций соответствует требованиям, предъявляемых к диссертации на соискание ученых степеней, изложенным в «Положение о присуждении ученых степеней», и ее автор, Жильцов Денис Анатольевич, заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

профессор кафедры логистические транспортные системы и технологии
ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта»
доктор технических наук

Ларин Олег Николаевич

127994, Москва, ул. Образцова, д 9, стр. 9
телефон: 8916617660
электронная почта: larin_on@mail.ru