

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, д.э.н., доцента **Чуб Анны Александровны** (профиль научной специальности «Развитие элементов комплекса маркетинга») на диссертацию **Жильцова Дениса Анатольевича** на тему «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг», представленную на соискание учёной степени кандидата наук по научной специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (профиль «Развитие элементов комплекса маркетинга»)

Содержание диссертации полностью соответствует паспорту научной специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг», пункты 9.16. «Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров» и 9.20 «Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети интернет».

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

Отмечаю, что:

- 1) соискатель учёной степени Жильцов Д.А. предложил значимое для науки и практики решение актуальной научной задачи по совершенствованию процесса управления интернет-маркетингом организаций, действующих на рынке логистических услуг, имеющей важное социально-экономическое и хозяйственное значение для развития отрасли транспортно-логистических услуг, ежегодный вклад которой в валовой внутренней продукт Российской Федерации согласно данным Федеральной службы государственной статистики составляет порядка 7%;
- 2) соискатель учёной степени Жильцов Д.А. ввел в научный оборот следующие новые научные результаты:
 - теоретические: дополнено сущностное содержание понятий «интернет-маркетинг» и «экосистема управления интернет-маркетингом», «интернет-платформа»; предложена группировка потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, на целевые сегменты по признакам и типам целевой аудитории; введен элемент «интернет-платформа» в инструмент «распределение» классического комплекса интернет-маркетинга;
 - практические: предложен алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, обеспечивающий повышение результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ; разработан комплекс оценки результативности

маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ при использовании инструментов комплекса интернет-маркетинга;

3) диссертация «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» обладает внутренним единством, о чем свидетельствует:

- логика построения работы и изложения результатов исследования. Так, в рамках первой главы соискателем формируется категориальный аппарат исследования и исследуются основные теоретические подходы к вопросам управления интернет-маркетингом. Особое внимание уделяется понятию «интернет-платформа», выявляется роль и место данного элемента в общей структуре комплекса маркетинга. В рамках второй главы автором изучены практические аспекты развития интернет-маркетинга на рынке логистических услуг. В рамках третьей главы на основе полученных результатов формируется итоговый алгоритм выбора специализированных агентств по оказанию услуг комплексного управления интернет-маркетингом, а также методика оценки результативности маркетинговых решений в системе управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг.

При этом в качестве недостатка работы следует отметить наличие некоторых логических нестыковок внутри отдельных параграфов. Например, в первом абзаце п. 2.1 автор отмечает явное отставание объемов и уровня развития цифрового рынка в России, далее (второй абзац) описывает опыт группы электронной коммерции Alibaba (Китай) по приобретению 15% акций компании экспресс-доставки STO Express, и затем переходит к рассуждениям о значимости использования сети Интернет и электронных технологий для деятельности современных организаций (с. 59-61).

Также ввиду того, что в качестве объекта исследования в работе указаны «коммерческие организации, являющиеся потребителями услуг интернет-маркетинга и действующие на рынке логистических услуг» (с. 6) требует пояснения заявление автора о том, что интернет является мультимедийным объектом (с. 42).

В целом, указанные недочеты не снижают общей ценности работы, а являются моментами, на которые соискателю рекомендуется обратить внимание при проведении будущих исследований.

4) обоснованность положений и выводов диссертации «Управление интернет-маркетингом на рынке логистических услуг» подтверждена следующими аргументами:

- определение маркетинговой категории «интернет-маркетинг» как «единого рыночного процесса в интернете с учетом основных этапов маркетингового цикла, характеризующийся достижением целей организации на условиях онлайн-доступности для потребителя, выполняемый как самостоятельно организацией, так и отданный на аутсорсинг» (с. 17-18) обосновано использованием базовых положений маркетинга, изложенных в работах зарубежных (Ф. Котлер,

специалисты Британского Института прямого и цифрового маркетинга и т.д.), и отечественных исследователей (Успенский И.В., Синяева И.М и др.);

- выбор в качестве комплекса маркетинга, наиболее эффективно работающего на рынке логистических услуг, модели «4Р» опирается на труды таких признанных специалистов в данной области как Дж. Битне, Н. Борден, Б. Бумс, Э. Дж. Маккартни, Р. Уилсон и др.
- ключевые составляющие процесса управления интернет-маркетинга согласуются с базовыми положениями стратегического менеджмента по вопросам организации стратегического процесса, подробно освещенных в работах А. Томпсона, А.Дж. Стрикленда, Р. Ганта и др.
- выводы автора, относительно «узких мест» и эффективности использования инструментов комплекса интернет-маркетинга современными организациями, действующими на рынке логистических услуг основаны на результатах опросов представителей организаций, являющихся активными участниками рынка логистических услуг, а также анализе данных онлайн-статистики сервисов «Яндекс.Метрика» и «Google Analytics». По нашему мнению, указанный факт также свидетельствует о том, что соискатель на высоком уровне владеет навыками работы со специализированными интернет-инструментами и цифровыми базами данных;
- результативность применения отдельных инструментов интернет-маркетинга (оптимизация в поисковых системах и поисковая контекстная реклама) подтверждена их практическим внедрением в деятельность организаций, действующих на рынке логистических услуг («Модуль Агро», «Белтимпэкс», «Вакуум-упаковочные системы», «Строймаг», «ЕМКА»), по результатам которого наблюдался положительный эффект в виде среднего роста числа конверсий в 3 раза;
- эффективность разработанного автором алгоритма выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, обеспечивающий принятие результативных маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ обоснована его использованием в работе ООО «Вакуум-упаковочные системы», что позволило организации в 2018 году сократить уровень расходов на 480 тыс. руб. при одновременном увеличении результативности управления интернет-маркетингом за счет повышения профессионального уровня сотрудников.

5) результаты диссертации Жильцова Д.А. нашли практическое применение в деятельности органов государственной власти (Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края) и коммерческих организаций (ООО «Вакуум-упаковочные системы», ООО «Агентство интернет-маркетинга Про

Инет»), а также в учебном процессе, реализуемом Департаментом менеджмента Финансового университета (г. Москва) и кафедрой «Менеджмент и маркетинг» Смоленского филиала Финансового университета.

6) диссертация содержит сведения о личном вкладе Жильцова Д.А. в науку, который выразился в корреляции цели, задач, сформированных пунктов научной новизны и положений, выносимых на защиту. Соискатель проявил необходимые в научно-исследовательской работе навыки системного подхода к решению проблемы совершенствования управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, грамотно применив общие теоретические знания по научной специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг», в соответствии с темой диссертации, а также продемонстрировал умение аргументированно излагать материал относительно специфики организационно-экономических отношений в ходе осуществления маркетинговых процессов по продвижению услуг логистических организаций в интернет-среде.

7) все материалы или отдельные результаты, заимствованные Жильцовым Денисом Анатольевичем из чужих текстов (работ), оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования.

Соискатель учёной степени Жильцов Д.А. указал, что лично им получены следующие результаты:

- усовершенствован комплекс управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг через включение элемента «интернет-платформа» в инструмент «распределение» классического комплекса маркетинга (товар, цена, распределение, продвижение), что позволяет организациям, действующим на рынке логистических услуг, систематизировать процесс управления интернет-маркетингом и фокусироваться на удовлетворении потребностей целевых сегментов;
- предложена группировка потребителей услуг интернет-маркетинга, действующих на рынке логистических услуг, на целевые сегменты по признакам и типам целевой аудитории, что дает возможность выбрать соответствующие виды интернет-платформ в зависимости от результативности маркетингового канала распределения. Данный подход обеспечивает передачу функций управления интернет-маркетингом специализированным агентствам, сокращая постоянные расходы на содержание штатных интернет-маркетологов и повышая качество использования инструмента «распределение» услуг в комплексе интернет-маркетинга;
- обоснован алгоритм выбора специализированного агентства по оказанию услуг управления интернет-маркетингом на рынке логистических услуг, обеспечивающий повышение результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ.

Данный алгоритм способствует снижению расходов на интернет-маркетинг за счет сокращения выявленных объемов временных, трудовых и материальных ресурсов, необходимых для перехода от традиционного комплекса интернет-маркетинга к передаче функций распределения услуг через интернет-платформу специализированным агентства;

- Разработан комплекс оценки результативности маркетинговых решений по выбранным видам интернет-платформ при использовании инструментов комплекса интернет-маркетинга. Комплекс позволяет своевременно скорректировать применение инструмента «распределение» услуг в планировании и оптимизации расходов на управление интернет-маркетингом.

8) основные научные результаты диссертации опубликованы в рецензируемых научных изданиях в 17 печатных работах, общим объемом 7,03 п.л. (авторский объем – 6,73 п.л.), в том числе 5 работ общим объемом 2,14 п.л. (авторский объем – 2,04 п.л.) в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

9) соискатель учёной степени Жильцов Д.А. в ходе работы над диссертацией и подготовки к публичной защите проявил себя как исследователь, обладающий высоким творческим потенциалом, умением ставить научные и практические цели и задачи, проявляя волю и настойчивость при их достижении.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация:

- 1) соответствует заявленной научной специальности и может быть допущена к защите;
- 2) соответствует установленным критериям и требованиям.

Доктор экономических наук, доцент

Чуб Анна Александровна

«14» декабря 2020 г.

научных

_____ 2020 г.