

ОТЗЫВ

официального оппонента

по диссертации Плотникова Александра Игоревича на тему: «Формирование организационно-управленческих инструментов повышения эффективности услуг интернет-магазинов в условиях цифровизации», представленной к защите на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг)

1. Актуальность темы исследования.

Торговля как обособленная рыночная сфера и отрасль сферы услуг функционирует в специфических конъюнктурных условиях. Являясь важным звеном в цепочке создания потребительских ценностей, торговые компании непосредственно участвуют в процессах организации товародвижения от производителя к потребителю. Поскольку в современной экономике инновационная деятельность является важной составляющей всех бизнес-процессов цепочки, инновационные процессы охватывают и торговые предприятия. Важной составляющей организации бизнес-процессов торговых организаций являются процессы цифровизации, способствующие расширению спектра услуг и обслуживания населению в рассматриваемой сфере.

Как справедливо отмечает автор диссертационного исследования, развитие современной торговли сегодня немыслимо без услуг и сервисизации, связанных с интернет-пространством, в частности секторов B2B и B2C, которые представлены интернет-магазинами, ориентированными на различные сегменты потребительского рынка. Главная угроза 2020 года –

пандемия Covid 19 – дала мощный толчок к развитию этого направления, увеличив число пользователей услуг сети Интернет и обеспечив рост доли онлайн-продаж в общем обороте розничной торговли и сервиса, по данным экспертов, с 6 до рекордных 10,9%.

Усиление конкуренции заставляет интернет-магазины искать наиболее эффективные управленческие и координационные средства, позволяющие с учетом цифровой трансформации достигать высоких экономических показателей. Решение данной задачи нашло отражение в трудах большого количества ученых, как в России, так и за рубежом, однако вопросы выбора организационно-управленческих инструментов повышения эффективности услуг интернет-магазинов в условиях цифровизации остаются дискуссионными. В связи с этим тему диссертационного исследования Плотникова А.И. можно охарактеризовать как актуальную.

2. Обоснованность и достоверность результатов, выводов и положений диссертации.

Достоверность научных положений, выводов и рекомендаций диссертационного исследования подтверждена:

- использованием в качестве теоретической и методологической основы диссертационного исследования результатов фундаментальных и научно-исследовательских работ ведущих отечественных и зарубежных ученых в области теории услуг, цифровизации, организационно-управленческого инструментария услуг интернет-магазинов;

- использованием законодательных, нормативно-правовых документов Российской Федерации, материалов Федеральной службы государственной статистики, данных системы Яндекс.Метрика, справочных и аналитических материалов, экспертных оценок, информации периодических изданий, а также данных исследуемой компании;

- апробацией результатов, выводов и практических рекомендаций в докладах автора на международных научно-практических конференциях, а также в практической деятельности интернет-магазина.

3. Научная новизна и практическая значимость результатов диссертационного исследования.

Отмечая научную новизну и практическую значимость диссертационного исследования, следует особенно выделить следующие моменты. Так, критический анализ исследований по вопросам развития цифровой экономики и цифровых технологий в России и в мире (с. 11-17), структуры и динамики услуг интернет-торговли (с. 27-37) позволили автору выявить и сформулировать наиболее значимые, по его мнению, тенденции цифровизации, оказывающие влияние на экономику в целом (с. 25-26) и на услуги розничной торговли в частности (с. 41-43).

Проведенное автором изучение различных подходов (с точки зрения законодательства, информационного общества, технического подхода и др.) к трактовке такого многоаспектного понятия как «интернет-магазин», а также базовых элементов функционирования данных объектов (с. 44-47), дали возможность автору не только уточнить дефиницию (с. 44-45), но и предложить классификацию интернет-магазинов по следующим характеристикам: по применяемой бизнес-модели, по способу получения дохода (с. 53-53).

Интересным, на наш взгляд, представляется авторская трактовка понятия «организационно-управленческие инструменты развития услуг интернет-магазинов» (с. 55-56), сформулированная на основе исследования инструментов, способствующих развитию услуг, предоставляемых в электронном виде (SEO, контекстная реклама, медийная и баннерная рекламы, SMM, e-mail рассылки, контент-сервис), инструментов эффективной организации деятельности предприятий услуг (с. 49-53) и экспертных мнений (с. 55), а также разработанная автором классификация организационно-управленческих инструментов повышения эффективности услуг интернет-магазинов (с. 56-62).

Интерес с теоретической точки зрения представляют предложенные автором методические принципы совершенствования организационно-

управленческих инструментов повышения эффективности услуг интернет-магазинов (с. 83-84), а также сформулированные на основе анализа деятельности интернет-компаний (с. 67-77) приоритетные направления совершенствования организационно-управленческих инструментов развития услуг интернет-магазина (с. 80-84).

Интерес с научной и практической точек зрения представляет обоснованное автором предложение об использовании в оценке эффективности инструментов продвижения наряду с анализом синтетических и бизнес КРІ показателей, факторного анализа прибыли от продаж, рентабельности и запаса финансовой устойчивости (с. 88-93). Результаты апробации методического подхода на данных конкретной компании (с. 113 – 123, 127-128) позволили автору не только сделать выводы об эффективности инструментов развития услуг интернет-магазина (с. 134-136), дать конкретные рекомендации (с. 139-141), но и выделить ряд ограничений в применении методики (с.137-138), что может стать базой дальнейших исследований в этой области.

4. Отдельные недостатки и дискуссионные положения диссертационного исследования.

Оценивая диссертационную работу Плотникова А.И. в целом положительно, следует отметить отдельные недостатки и дискуссионные положения.

1. Приводя во введении общую формулировку научной новизны, автор отмечает, что она заключается в обосновании организационно-управленческих инструментов повышения эффективности услуг интернет-магазинов. Возникает вопрос, а почему не в разработке (формировании) комплекса наиболее предпочтительных данных инструментов или в определении наиболее эффективных направлений их развития.

2. В параграфе 2.3 автором предлагается подход к оценке эффективности инструментов развития услуг интернет-магазинов, состоящий из двух взаимосвязанных блоков анализа: анализа синтетических и бизнес

КРІ показателей в совокупности с результатами применения факторного анализа прибыли от продаж, рентабельности и запаса финансовой устойчивости. Остается недостаточно раскрытым вопрос получения на базе разработанного подхода некоего итогового, интегрального показателя эффективности инструментов развития услуг интернет-магазинов. Желательна детализация информации о весах каждого из блоков оценки в итоговом показателе, методике получения интегральной оценки и шкале для оценки итоговой эффективности на базе разработанного подхода.

3. В разделе 3.1. при проведении экспертной оценки инструментов продвижения услуг интернет-магазинов, автор не приводит достаточного, на наш взгляд, обоснования изначального выбора критериев для оценки их веса (степени влияния на результат продвижения конкретного инструмента), а также не приводит подробно описывает количество и состав экспертов, участвовавших в проведении оценки.

4. Далее, в соответствии с названием параграфа 3.1. «Методические рекомендации по оптимизации бизнес-процессов интернет-магазина на основе совершенствования организационно-управленческих механизмов» (с. 95-110), следовало особое внимание уделить организационно-экономической сущности оптимизации бизнес-процессов.

5. В диссертационном исследовании следовало более детально рассмотреть, каким образом происходит оптимизация конверсий в покупателей и совершаются продажи при принятии решений (с. 98).

5. Общий вывод.

Тем не менее, указанные замечания не умаляют ценности проведенного соискателем диссертационного исследования и принципиально не влияют на его общую положительную оценку. Автореферат диссертации достаточно полно отражает ее содержание, основные научные результаты представлены в публикациях автора.

Диссертация Плотникова Александра Игоревича представляет собой самостоятельную и законченную научно-квалификационную работу,

содержит научно-практические результаты, обладающие научной новизной и оригинальностью, соответствует требованиям п.9-14 Положения о порядке присуждения ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание кандидата экономических наук (утв. Постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. N 842). На наш взгляд, автор диссертационного исследования, Плотников Александр Игоревич, заслуживает присуждения ему искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг).

Официальный оппонент:

Доцент кафедры гуманитарных и
социально-экономических дисциплин

Федерального государственного казенного
образовательного учреждения высшего образования
«Военная академия материально-технического
обеспечения имени генерала А.В. Хрулева»,

кандидат экономических наук,
доцент

Альбина Алексеевна Волкова

подпись Волковой А.А. заверяю

Заместитель начальника Военной академии материально-технического
обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулёва по учебной и научной работе
д.в.н., профессор



А. А. Целыковских

«30» марта 2021 г.

Контактные данные:

Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего образования «Военная академия материально-технического обеспечения имени генерала А.В. Хрулева»

Адрес: 199034, г. Санкт-Петербург, Набережная Макарова, д. 8.

Тел: 8 (812) 328-54-92

Сайт: <https://vamto.mail.ru>

E-mail: vat@mail.ru