

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА
на базе РАНХиГС при Президенте РФ
(созданного приказом проректора РАНХиГС от 31 августа 2026 года
№ 01-15203/001)

по защите диссертации Балакшина Илья Сергеевича на тему: «Управление покупательским спросом на российских маркетплейсах», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6 Менеджмент.

Диссертация «Управление покупательским спросом на российских маркетплейсах», представленная на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6 Менеджмент выполнена на кафедре экономики и финансов общественного сектора факультета государственного управления экономикой Института государственной службы и управления Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Диссертация принята к защите на основании приказа проректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 31 августа 2026 года № 01-15203/001.

Соискатель Балакшин Илья Сергеевич, 1998 года рождения:

В 2020 году Балакшин Илья Сергеевич окончил Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» по направлению подготовки бакалавриата 38.03.02 Менеджмент. (диплом бакалавра № 107704 0245061, регистрационный номер 2.10.5-13/008, выдан 7 июля 2020 года);

В 2022 году Балакшин Илья Сергеевич окончил Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» программу магистратуры «Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации» по направлению подготовки 38.04.02 –

Менеджмент (диплом магистра № 107704 0256253, регистрационный номер 2.10.2-13.1/565, выдан 29 июня 2022 года);

В 2025 году Балакшин Илья Сергеевич окончил аспирантуру Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по группе научных специальностей 5.2. Экономика, научной специальности 5.2.6 Менеджмент (свидетельство об окончании аспирантуры СОА 0000050, регистрационный номер УАИД-2025-0030, выдано 10 декабря 2025 года);

В период подготовки диссертации Балакшин И.С. работал в обществе с ограниченной ответственностью «ПОЛЕ» в Департаменте продукта и стратегии в должности ведущего менеджера по продукту.

Научный руководитель Шевченко Светлана Семёновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов общественного сектора Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Официальные оппоненты:

– д.э.н., профессор Кулагина Наталья Александровна (профессор кафедры финансового учета и контроля Института кибербезопасности и цифровых технологий ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет»);

– к.э.н., доцент Карашук Оксана Сергеевна (доцент базовой кафедры торговой политики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова») – дали положительные отзывы на диссертацию Балакшина И.С.

Положительные отзывы на диссертацию также дали:

– **Председатель диссертационного совета** д.э.н., доцент Булетова Наталья Евгеньевна, профессор кафедры государственного регулирования

экономики Института государственной службы и управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,

– **Члены диссертационного совета:** д.э.н., профессор Головина Татьяна Александровна, и.о. заведующего кафедрой менеджмента и управления персоналом Среднерусского института управления – филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; д.э.н., доцент Жданов Дмитрий Алексеевич, профессор кафедры корпоративного управления факультета менеджмента и инноватики Института управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; д.э.н., доцент Панасенко Светлана Викторовна, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»; д.э.н., доцент Рожко Оксана Николаевна, профессор кафедры предпринимательства и логистики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Соискатель имеет по теме диссертации 7 работ общим объемом 6,32 авторских листа, включая:

Статьи в изданиях, включенных в Перечень изданий, рекомендованных ВАК России для опубликования основных научных результатов диссертации на соискание ученой степени кандидата (доктора) наук:

1. **Балакшин И.С.** Тренды и отраслевая экспертиза рынка маркетплейсов в России // Государственное управление. Электронный вестник. – 2025. – № 109. С. 20-32. – URL: <https://spajournal.ru/index.php/spa/article/view/1831>. DOI: 10.55959/MSU2070-1381-109-2025-20-32. (1,18 авт. л.)

2. **Балакшин И.С.** Экономико-правовые аспекты развития российских торговых цифровых платформ (маркетплейсов) // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2025. – Том 5. – № 3. – С. 120-133. – URL: <https://s->

lib.com/issues/eiu_2025_03_v5_a13/. DOI: 10.36871/ ek.up.p.r.2025.03.05.013.
(1,258 авт. л.)

3. **Балакшин, И. С.** Анализ потребительского поведения на универсальных и нишевых маркетплейсах: особенности и ключевые факторы спроса на российском рынке / И. С. Балакшин // Вестник евразийской науки. – 2025. – Том 17. – № 2. – URL: <https://esj.today/PDF/19ECVN225.pdf>. DOI: 10.15862/19ECVN225. **(0,612 авт. л.)**

4. **Балакшин И.С.** Бизнес-модели маркетплейсов: классификация, типология и особенности // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Том 14. – № 6. – С. 2855-2874. – URL: <https://1economic.ru/lib/120816>. DOI: 10.18334/erpp.14.6.120816. **(1,125 авт. л.)**

5. **Балакшин И.С.** Развитие определения термина "маркетплейс" как ключевого элемента современной электронной коммерции // Российский экономический вестник. – 2024. – Том 7. – № 3. – С. 185-192. – URL: https://dgpu-journals.ru/wp-content/uploads/2024/04/reb-t_7-3-2024.pdf. DOI: 10.58224/2658-5286-2024-7-3-185-192. **(0,72 авт. л.)**

6. **Балакшин И.С.** Факторы, влияющие на намерение совершить покупку на российских B2C-маркетплейсах // Успехи современной экономики. – 2023. – № 6. – С. 28-35. – URL: <https://mes-journal.ru/wp-content/uploads/2023/12/mes-6-2023.pdf>. eISSN: 2500-3747. **(0,545 авт. л.)**

Иные работы автора:

7. **Балакшин, И. С.** Факторы неопределенности в управлении покупательским спросом на российских маркетплейсах под призмой современных вызовов // Сборник статей Конференц-сессии ИГСУ РАНХиГС «Государственное управление и развитие России: цивилизационные вызовы и национальные интересы» (15-20 мая 2023 года). – 2024. – Том 1. – С.17-27. ISBN 978-5-907692-80-0. **(0,88 авт. л.)**

Диссертационный совет отмечает, что полученные И. С. Балакшиным результаты исследований отличаются научной новизной и практической значимостью.

Научная новизна теоретических положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертации И.С. Балакшина, заключается в следующем:

1. Автором преодолена узкая трактовка маркетплейса, сводящая его к онлайн-платформе либо цифровой витрине, и предложена его содержательная интерпретация как бизнес-модели платформенного типа. Новизна такого подхода состоит в том, что маркетплейс рассматривается одновременно через набор реализуемых сервисов, конфигурацию связей между заинтересованными сторонами и создаваемую для них ценность, что позволяет описывать его не как технический канал продаж, а как управляемую экономическую конструкцию (п.1 «Наука об управлении и ее развитие.» Паспорта специальности 5.2.6).

2. Систематизированы разрозненные подходы к описанию цифровых торговых площадок и на этой основе построена классификация маркетплейсов, насчитывающая 25 параметров. Классификация отражает особенности бизнес-моделей и взаимодействия участников маркетплейсов, определяющие условия формирования покупательского спроса, и создаёт основу для многоуровневого сопоставления платформенных систем и их стратегического позиционирования. (п.14 «Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Бизнес-модели организации.», п.26 «Управление организацией в контексте цифровой трансформации.» Паспорта специальности 5.2.6).

3. Раскрыта специфика формирования покупательского спроса в платформенной среде. Показано, что спрос здесь отличается повышенной чувствительностью к разным параметрам, зависимостью от сетевых эффектов и алгоритмического ранжирования, персонализацией предложения, сезонной и поведенческой волатильностью, нацеленностью покупателя на экономию времени и иных транзакционных издержек, подверженностью

информационной асимметрии, а также усилением импульсивных покупок, платформенной лояльности и отклика на эксклюзивные предложения (п.1 «Наука об управлении и ее развитие.» Паспорта специальности 5.2.6).

4. Установлена зависимость покупательского спроса от состояния институциональной среды платформенной экономики. Доказано, что разрозненность нормативной базы электронной торговли порождает правовую неопределённость, удорожает взаимодействие участников и подрывает доверие пользователей, тогда как становление специализированного регулирования снижает институциональные барьеры, восстанавливает доверие и оживляет активность на платформах. Тем самым регулирование квалифицировано как косвенный, но действенный инструмент управления спросом (п.8 «Государственное управление социально-экономическими процессами.» Паспорта специальности 5.2.6).

5. Предложена классификация трендов развития маркетплейсов по области проявления изменений, охватывающая структурно-регуляторные, бизнес-модельные, территориальные и технологические группы. Каждая группа раскрыта через конкретные направления развития: концентрацию и экосистемность рынка, экспансию B2B- и нишевых моделей, региональное и международное расширение, внедрение искусственного интеллекта и персонализации. Ценность классификации в том, что она связывает институциональные, рыночные и технологические сдвиги и позволяет объяснить трансформацию отечественной электронной торговли через призму спроса (п.14 «Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Бизнес-модели организации.», п.20 «Современные модели и методы взаимодействия с клиентами и потребителями.» Паспорта специальности 5.2.6).

6. Разработана и проверена на эмпирическом материале модель управления покупательским спросом на российских маркетплейсах. Модель включает десять групп показателей: демографические, экономические (ценовые, неценовые сервисные, неценовые логистические), культурно-

социальные, индивидуально-поведенческие (доверие, репутация, осознанность), технологические и факторы неопределённости. Данная модель позволяет выделять значимые детерминанты покупательского поведения и использовать их при выработке стратегических решений (п.14 «Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Бизнес-модели организации.», п.26 «Управление организацией в контексте цифровой трансформации.» Паспорта специальности 5.2.6).

7. Автор, анализируя универсальные и нишевые маркетплейсы, доказал, что спрос определяется преимущественно неценовыми и поведенческими факторами, важность которых может отличаться от типа площадки. За счет этого удалось обосновать отказ от унифицированных стратегий управления спросом в пользу дифференцированных. Это позволяет учитывать специфику торговой модели, аудитории и потребительского поведения (п.14 «Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Бизнес-модели организации.», п.20 «Современные модели и методы взаимодействия с клиентами и потребителями.» Паспорта специальности 5.2.6).

Теоретическая значимость состоит в установлении, систематизации и группировке факторов, влияющих на формирование покупательского спроса на российских маркетплейсах по различным факторам: демографическим, экономическим, культурно-социальным, поведенческим, технологическим и факторам неопределённости. Разработанная автором модель расширяет теоретические представления о формировании покупательского спроса; основные теоретические положения и результаты исследования прошли апробацию и могут служить основой для дальнейшего исследования управления покупательским спросом на различных маркетплейсах и иных форматах онлайн-торговли с учетом их специфики.

Практическая значимость состоит в разработке апробированного инструмента управления покупательским спросом на российских

маркетплейсах. Разработанная модель позволяет оценивать значимость факторов, влияющих на формирование спроса, выявлять наиболее существенные из них и использовать полученные результаты при принятии управленческих и стратегических решений. Практическое применение модели может быть связано с разработкой стратегий взаимодействия с потребителями, оптимизацией распределения ресурсов, а также адаптацией подходов к управлению спросом с учетом особенностей бизнес-моделей и целевой аудитории маркетплейсов.

Диссертационный совет отмечает, что диссертация Балакшина И.С. «Управление покупательским спросом на российских маркетплейсах» **соответствует паспорту научной специальности 5.2.6. Менеджмент:** п.1 «Наука об управлении и ее развитие. История управленческой мысли. Современные направления теоретико-методологических разработок в области управления»; п.8 «Государственное управление социально-экономическими процессами. Государственная политика, механизмы и методы ее разработки и реализации в различных исторических и страновых условиях»; п.14 «Стратегический менеджмент, методы и формы его осуществления. Бизнес - модели организации. Корпоративные стратегии. Стратегические ресурсы и организационные способности фирмы»; п.20 «Маркетинговые технологии в управлении компанией: теоретические и прикладные аспекты. Вклад маркетинга в создание нематериальных активов и управление ими. Современные модели и методы взаимодействия с клиентами и потребителями»; п.26 «Управление организацией в контексте цифровой трансформации. Стратегии и методы цифровой трансформации бизнеса».

Основные выводы и научно обоснованные предложения диссертанта были представлены и получили положительную оценку на различных научно-практических конференциях и форумах.

Оценка достоверности представленных в диссертации результатов исследования не вызывает сомнений и подтверждается как использованием современных методов научного познания, так и их апробацией.

На заседании «30» сентября 2026 года диссертационный совет принял решение присудить Балакшину И.С. ученую степень кандидата экономических наук по специальности 5.2.6 Менеджмент.

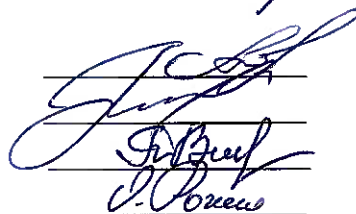
В голосовании приняли участие 5 членов диссертационного совета. Проголосовали: «ЗА» 5; «ПРОТИВ» 0; «ВОЗДЕРЖАЛИСЬ» 0.

Председатель диссертационного совета



Н.Е. Булетова

Члены диссертационного совета:



Т.А. Головина

Д.А. Жданов

С.В. Панасенко

О.Н. Рожко

«30» сентября 2026 г.

Протокол об итогах голосования

заседания диссертационного совета на базе РАНХиГС при Президенте РФ
(созданного приказом проректора РАНХиГС от 31 августа 2026 г.
№ 01-15203/001)

по защите диссертации Балакшина Ильи Сергеевича на тему: «Управление покупательским спросом на российских маркетплейсах», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6. «Менеджмент».

№ 1

от 30 сентября 2026 г.

Состав диссертационного совета:

1. д.э.н. Булетова Наталья Евгеньевна – председатель Диссертационного совета;
2. д.э.н. Головина Татьяна Александровна;
3. д.э.н. Жданов Дмитрий Алексеевич;
4. д.э.н. Панасенко Светлана Викторовна;
5. д.э.н. Рожко Оксана Николаевна;

Подсчет голосов при открытом голосовании по вопросу о присуждении Балакшину Илье Сергеевичу ученой степени кандидата экономических наук.

Состав диссертационного совета утвержден в количестве 5 человек.

Присутствовало на заседании 5 членов совета.

Результаты голосования по вопросу о присуждении ученой степени кандидата экономических наук Балакшину Илье Сергеевичу:

за 5

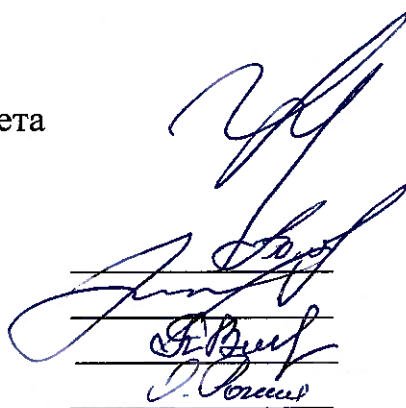
против 0

воздержались 0

Председатель диссертационного совета

Н.Е. Булетова

Члены диссертационного совета:



Т.А. Головина

Д.А. Жданов

С.В. Панасенко

О.Н. Рожко