

В диссертационный совет
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при
Президенте Российской Федерации»
119571, г. Москва, проспект Вернадского, д. 82

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета
на диссертацию Балакшина Ильи Сергеевича
«Управление покупательским спросом на российских маркетплейсах»,
представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности 5.2.6 – Менеджмент

Актуальность темы диссертационного исследования

В настоящее время в отечественной экономике маркетплейсы являются уже не столько площадкой предложения товаров, сколько инструментом формирования потребительского выбора. В такой среде покупатель учитывает как цену продукта, так и доверие к платформе, удобство интерфейса, качество логистики и устойчивость воспринимаемой ценности сделки. Развитие универсальных и нишевых площадок, усиление персонализации и рост роли платформенных сервисов делают управление спросом практической задачей, помогающей повысить эффективность деятельности маркетплейсов. Отмеченные обстоятельства определили актуальность представленного исследования.

Степень обоснованности и достоверности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Автор в своей работе использует широкий массив отечественных и зарубежных исследований, не ограничиваясь обзором литературы, он также переводит теоретические положения в эмпирическую плоскость, что усиливает доказательность исследования, обоснованность и достоверность полученных результатов.

Достоверность выводов обеспечивается также сочетанием в проводимом исследовании качественных и количественных методов.

Глубинные интервью позволили автору уточнить состав факторов и адаптировать исходную модель к российскому рынку, а последующий опрос респондентов дал возможность проверить гипотезы с применением эксплораторного и конфирматорного факторного анализа, а также структурного моделирования. Также продуктивно, что автор использует исследовательский подход, при котором последующий этап вытекает из предыдущего, а не существует в отрыве от остальных, что позволяет рассматривать результаты как внутренне логичную и методически обоснованную систему выводов.

Новизна научных положений, выводов и рекомендаций диссертационного исследования

Научная новизна диссертации заключается прежде всего в попытке собрать в одной модели разнородные факторы спроса и показать их управленческую роль. И.С. Балакшин не ограничивается перечислением известных параметров выбора, а связывает экономические, поведенческие, технологические, культурно-социальные и институциональные характеристики в единую конструкцию.

Интересным результатом является восприятие маркетплейса как цифрового сервиса, создающего не только инфраструктуру торговли, но и дополнительную ценность для участников рынка. В этом же ряду находится предложенная классификация маркетплейсов и выделение фактора неопределенности как самостоятельной детерминанты спроса, что делает исследование более содержательным в сравнении с узкими прикладными обзорами.

Теоретическая и практическая значимость исследования

Теоретическая значимость работы состоит в развитии представлений о порядке формирования спроса в платформенной экономике. Диссертант показывает, что потребительское решение на маркетплейсе является результатом воздействия нескольких групп факторов, и требует комплексной, а не одномерной интерпретации.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов для настройки ценовой политики,

сервисных решений, логистики, программ лояльности и персонализации. Интересной представляется идея модели как инструмента для приоритизации управленческих действий платформы, когда необходимо определить, на какие рычаги воздействия следует опираться в первую очередь.

Дискуссионные положения работы, замечания и рекомендации

Оценивая научную и практическую значимость проведенного исследования, следует высказать ряд замечаний и положений, носящих дискуссионный характер.

1) В диссертации проанализированы факторы спроса, однако с практической точки зрения было бы полезно отдельно выделить позиции, которыми платформа может управлять в краткосрочной или долгосрочной перспективе, а также зафиксировать те из них, что формируются преимущественно внешней средой.

2) Аналитический потенциал модели мог бы быть усилен за счет более подробного анализа возможных связей между самими латентными факторами. В частности, требует пояснения вопрос, как оценивается возможность расширения модели за счет анализа не только прямого, но и опосредованного влияния факторов спроса друг на друга. Например, какие из факторов в наибольшей степени влияют на частоту покупок, а какие на средний чек и глубину потребления внутри платформы и почему.

3) Следовало бы подробнее обсудить вопрос о том, меняется ли влияние отмеченных факторов в разные периоды становления платформ: на этапе роста, стабилизации и зрелости. Сохраняет ли предложенная конструкция одинаковую объяснительную силу в условиях высокой конкуренции и меняющейся пользовательской базы, или же какие-то коэффициенты требует перенастройки. На практике это особенно важно для платформ, работающих параллельно с массовыми и более узкими сегментами покупателей.

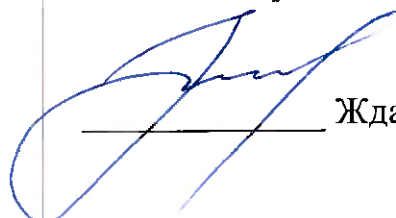
Вывод

Диссертация Балакшина Ильи Сергеевича «Управление покупательским спросом на российских маркетплейсах» является завершенной научно-квалификационной работой, в которой содержится

теории и практики менеджмента, что соответствует требованиям Положения о присуждении учёных степеней, утверждённого Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года №842 и Порядка присуждения учёной степени кандидата наук, учёной степени доктора наук в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, утверждённого приказом ректора ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в редакции приказа от 30 апреля 2025 года № 02-763, приказ об изм. № 02-1313 от 10.07.2025; приказ об изм. 02-1794 от 17.09.2025; приказ об изм. №02-01364/001 от 01.07.2026 г), а Балакшин Илья Сергеевич заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.6 – Менеджмент.

Член диссертационного совета РАНХиГС,
Доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры корпоративного управления
Факультета менеджмента и инноватики Института управления
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»

«10» сентября 2026 г.



Жданов Д.А.

Адрес места работы: 119571, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ
Тропарево-Никулино, пр-кт. Вернадского, д. 82, стр. 1
Телефон организации: +7 (499) 956-99-99
Адрес сайта организации: <https://ranepa.ru/>
Электронная почта: d.zdanov@ranepa.ru



ЗАВЕРЯЮ
УЧЕНЫМ СЕКРЕТАРЬ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАРОДНОГО
ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
К.Э.Н. К.К.Бон 11-0