

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию

Сигарева Александра Викторовича

на тему «Ценовые стратегии фирм в условиях электронной торговли»,
представленную в диссертационный совет Д 501.001.23 на соискание ученой
степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.01 –
Экономическая теория.

Актуальность темы диссертационного исследования.

Вопрос о ценовых стратегиях фирм в условиях электронной торговли является особо актуальным в настоящее время, в век развития информационной экономики. Электронная торговля открывает новые возможности для фирм в области оптимизации издержек (сокращение расходов на аренду, персонал и пр.), упрощает процесс совершения сделок как с потребителями, так и с поставщиками. Для потребителей использование электронной торговли означает ускорение процедуры покупки в результате возможности приобрести товар или услугу, не выходя из дома. Интернет, благодаря которому возникла и развивается электронная торговля, создает фирмам условия для изучения цен и ассортимента продукции конкурентов, вкусов и предпочтений потребителей, а потребителям предоставляет широкие возможности для изучения и сравнения как качественных характеристик приобретаемого блага, так и ценовых предложений Интернет-магазинов. В данных условиях традиционные взгляды на процесс установления цены трансформируются, а динамика ценообразования усиливается.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций.

Основные авторские научные положения и выводы, полученные в ходе диссертационного исследования, строго обоснованы. Структурно

диссертационная работа логически выстроена и состоит из трех глав, введения, заключения, приложения и списка использованной литературы. В диссертации автором продемонстрировано знакомство с исследованиями российских и зарубежных ученых по изучаемой теме. В работе проводится анализ большого количества работ, посвященных изучению ценообразования в условиях электронной торговли. Основные положения, которые получены автором в ходе диссертационного исследования, могут быть использованы в практике хозяйственной деятельности на микро-уровне, а также в учебном процессе по соответствующим дисциплинам.

Достоверность и научная новизна научных положений, выводов и рекомендации.

Достоверность положений, изложенных в диссертации, определяется использованием в качестве научной базы известных общепризнанных теорий и положений. Соискатель умело использует инструментарий экономической теории применительно к рассматриваемой проблематике.

Информационной и законодательной базой исследования являются Федеральные законы Российской Федерации, статистические материалы, информационно-аналитические исследования, тематические обзоры российских ассоциаций и Интернет-компаний, социологические и иные исследования, что также обуславливает достоверность полученных результатов.

На наш взгляд, в работе Сигарева А.В. получены следующие результаты, обладающие научной новизной:

- 1) Рассмотрев в первой главе виды электронной торговли, динамику ее развития и оценив ее значение для экономики страны, автор уточнил понятия «электронная торговля» и «Интернет-экономика», а также определил место электронной торговли как составной части Интернет-экономики. Автором предложено отождествлять электронную торговлю с Интернет-торговлей и рассматривать ее как в качестве одного из каналов сбыта

произведенной продукции, так и в качестве самостоятельного рынка (стр. 28-29).

2) Большое внимание в работе уделено влиянию электронной торговли на асимметрию информации. Во второй главе автор отмечает, что развитие современных технологий поиска в Интернете приводит к большей информированности как потребителей, так и производителей. Увеличение информации о ценовых предложениях, возможность мгновенного сравнения цен, а также снижение издержек приводят к тому, что электронная торговля обеспечивает более низкую среднюю цену в сравнении с традиционными каналами сбыта. Автор демонстрирует это, анализируя ценовые предложения на смартфоны (стр. 92-94).

3) Несмотря на то, что электронная торговля существенно повышает информированность покупателя и дает ему доступ к относительным ценам (у потребителя появляется возможность сделать свой выбор предельно точным), электронная торговля существенно увеличивает возможности продавца для сбора информации о покупателе и анализа потребительских предпочтений. В результате этого фирмы могут активнее использовать стратегии дифференцированного ценообразования (стр.43-44, 112-113). Данный факт является одной из причин, по которой ценовые предложения Интернет-магазинов демонстрируют существенный разброс.

4) Анализируя поведение покупателей книг через Интернет с использованием шопбота (программного продукта, осуществляющего поиск наилучших ценовых предложений в Интернете), автором формулируется правило, которому рекомендуется следовать Интернет-магазину при назначении цен на однородные блага. В связи с низкими (близкими к нулю) издержками поиска и сравнения ценовых предложений, фирма должна назначать цену на довольно низком уровне, чтобы ее предложение идентифицировалось среди самых выгодных, но при этом не снижать ее настолько сильно, чтобы в условиях асимметрии информации о качестве потенциальный клиент отказался от покупки (стр. 97).

5) Предложенная в третьей главе классификация экономических благ, реализуемых в условиях электронной торговли, особенностью которой является их разделение на материальные блага, чистые информационные блага (которые производятся, распространяются и потребляются в цифровой форме) и смешанные информационные блага (которые могут быть представлены как на материальном носителе, так и в цифровой форме), является основой для выделения двух подходов к анализу электронной торговли (стр. 103). В первом случае автором предлагается рассматривать электронную торговлю в качестве самостоятельного рынка, во втором - в качестве одного из каналов сбыта продукции (стр. 104-105).

6) В третьей главе автор на примере рынка бронирования отелей демонстрирует взаимосвязи между спросом и предложением в условиях применения электронных каналов продаж (стр. 129). Использование данных каналов субъектами рынка приводит к усилению конкуренции на разных уровнях, а также снижает трансакционные издержки.

7) В последнем параграфе диссертационного исследования автором предлагается модель установления цены на информационное благо, реализуемое в условиях электронной торговли (стр.132-137). В основе данной модели лежит соотнесение потенциальных выгод и издержек при принятии потребителем решения о покупке блага. Потребитель будет совершать покупку, если сумма ожидаемой ценности блага (с учетом риска и других положительных факторов), выраженная в стоимостных единицах, будет не ниже оценки суммы негативных факторов и затрат. Таким образом, происходит переход от затратного ценообразования к ценностному.

В качестве замечаний к работе можно указать следующее.

1. Раскрывая вопрос об увеличивающихся возможностях использования стратегий дифференцированного ценообразования компаниями – субъектами электронной торговли (стр.43-44, 112-113), автору следовало бы более явно продемонстрировать эти возможности, в том числе с графической демонстрацией. Наглядная иллюстрация более широких

возможностей в отношении изъятия потребительского излишка (возможно, в том числе со стоимостной оценкой) усилила бы аргументацию полученных выводов.

2. Предлагаемая автором модель установления цены на информационное благо в условиях электронной торговли (стр.132-137) логична, однако в диссертационном исследовании не приводится алгоритм расчета некоторых показателей, без знания величины которых вычисление финальной цены не представляется возможным. Действительно, прямо оценить такие показатели, как «ожидаемая ценность блага» и иные, в большей степени психологические факторы, сложно. Однако в качестве подобных оценок могли бы быть произведены и использованы социологические опросы потребителей, экспертные оценки и т.п.

Тем не менее, указанные замечания не снижают общей ценности работы и могут рассматриваться в качестве направлений дальнейшего исследования.

Диссертационная работа Сигарева А.В. является самостоятельным, логично выстроенным и законченным научным исследованием. Она представляет собой научно-квалификационную работу, в которой изложены научно обоснованные экономические решения задач, имеющих существенное значение для анализа ценовых стратегий фирм в условиях развития электронной торговли, а также выявлены новые возможности для теоретического моделирования процесса установления цены на информационное благо на основе особенностей потребительского выбора в условиях электронной торговли. Работа соответствует Паспорту научной специальности 00.08.01 Экономическая теория (Общая экономическая теория) пункт 1.1. Политическая экономия: теория «информационной», «постиндустриальной» экономики и экономики, основанной на знаниях; пункт 1.2. Микроэкономическая теория: теория потребительского спроса, теория фирмы.

Полученные в диссертации Сигарева А.В. результаты соответствуют поставленной цели и задачам исследования.

Автореферат и опубликованные соискателем работы отражают основное содержание диссертации.

В целом, диссертационная работа А.В. Сигарева по своему теоретическому уровню, научной новизне и практическому значению соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ 24 сентября 2013 г. № 842, которым должна отвечать диссертация, представленная на соискание ученой степени кандидата наук, а её автор Сигарев Александр Викторович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.01 – Экономическая теория.

Официальный оппонент,
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры экономической
теории федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
«Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова»



Л.Г.Чередниченко



Почтовый адрес: 117997, г.Москва, Стремянный пер., 36.

тел. 8-499-237-84-93, e-mail: cherednlarisa@yandex.ru