

РЕЦЕНЗИЯ

На статью «ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПОВЕДЕНИЕ

ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: РОЛЬ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ

В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ»

Агния Сергеевна Юсупова, Яна Фаридовна Наширванова. Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Казанский национальный исследовательский технический университет

имени А. Н. Туполева-КАИ,

Казань, Россия

Представленная автором статья по тематике соответствует соответствующему тематическому разделу данного научного журнала.

Аннотация статьи четко и полно отражает основные цели и содержимое исследования. В ней изложены ключевые аспекты анализа поведения покупателей в интернет-магазинах, включая их ожидания и предпочтения, а также сезонные влияния на онлайн-покупки.

**Научное направление работы.** Работа относится к области цифровой экономики и маркетинга, с фокусом на исследование поведения потребителей в контексте интернет-торговли. Это направление становится особенно актуальным в условиях растущего влияния цифровых технологий на рынок и изменения привычек потребителей.

**Класс статьи.** Статья является научно-исследовательской работой, нацеленной на теоретический и эмпирический анализ поведения покупателей и факторов, влияющих на их решения при онлайн-покупках. Эта работа может быть полезна как для ученых, исследующих электронную коммерцию, так и для специалистов, работающих в этой области.

**Научная новизна.** Научная новизна исследования заключается в систематическом подходе к анализу влияния цифровых технологий и онлайн-платформ на потребительское поведение. Авторы акцентируют внимание на важности оценки сезонных и праздничных факторов, а также на роли искусственного интеллекта как потенциального направления будущих исследований, что открывает новые горизонты для дальнейшей работы в этой области.

**Оценка достоверности представленных результатов.** Достоверность представленных результатов подтверждается ссылками на существующие исследования и данные о состоянии рынка.

**Практическая значимость.** Практическая значимость статьи высока, так как полученные результаты могут быть использованы для оптимизации работы интернет-магазинов, а также для повышения доверия к платформам и улучшения клиентского опыта. Выводы исследования могут помочь компаниям лучше понять потребительские предпочтения и адаптировать свои маркетинговые стратегии в условиях цифровизации.

**Формальная характеристика статьи.** Статья оформлена согласно научным стандартам, имеет логически структурированную композицию, которая позволяет легко следовать за ходом мыслей авторов. Тем не менее,

**ОБЩЕЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ.**

Статья "Влияние цифровых технологий на поведение потребителей: роль онлайн-платформ в электронной коммерции" является важным вкладом в исследование влияния технологий на потребительское поведение в рамках электронной коммерции. Авторы предоставляют актуальные данные и ценные выводы о предпочтениях и ожиданиях покупателей. Рекомендуется к публикации.

Рецензент:

предприниматель, тренер по Shopify

Талалаева Е.А.

22.08.2024 г. Талалаева Е.А.