

В диссертационный совет  
24.2.490.01 ФГБОУ ВО  
«Донецкий национальный  
университет экономики и  
торговли имени Михаила Туган-  
Барановского»

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Ефременко Елены Владимировны  
на тему: «Цифровая трансформация маркетинга на рынке услуг»,  
представленной на соискание ученой степени доктора экономических  
наук по специальности**

### **5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)**

Цифровая трансформация является актуальным направлением современных научных исследований. Ее влияние распространяется на маркетинг в сфере услуг, где стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), в частности интернета и социальных сетей, формирует новые возможности и вызовы. Во-первых, цифровизация пронизывает все аспекты общественной жизни, включая сферу предоставления услуг. ИКТ предоставляют организациям в данной области мощные инструменты для информирования целевой аудитории, улучшения коммуникации и повышения эффективности маркетинговых кампаний. Во-вторых, в условиях растущей конкуренции и развития электронных рынков предприятиям, предоставляющим услуги, необходимо адаптироваться и применять цифровые технологии для повышения своей конкурентоспособности. Исследования в области цифровой трансформации маркетинга позволяют компаниям осознать потенциал и возможности новых технологий, а также разработать эффективные стратегии привлечения и удержания потребителей на рынке услуг.

Насколько можно судить по автореферату, в диссертации соискателя получены научные результаты, обладающие новизной и практической значимостью:

разработан методологический маркетинговый подход, на основе которого предложен показатель «уровень цифровой готовности маркетинга предприятия на рынке услуг»;

сформирована концептуальная маркетинговая модель базовых положений использования цифровых технологий на рынке услуг;

разработан научно-методологический подход к цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг;

описаны концептуальные основы цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг;

разработаны модели цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг: отраслевая модель цифровой трансформации «спрос-предложение», потребительская модель цифровой трансформации предприятий на рынке услуг; симбиотическая маркетинговая модель цифровой трансформации на рынке услуг;

проведено тестирование технологических решений популяризации услуг в условиях цифровизации маркетинга;

предложен механизм формирования стратегии стимулирования продвижения услуг;

разработана стратегия стимулирования продвижения услуг в условиях цифровизации, бизнес-модель комплексного процесса цифровизации маркетинга на рынке услуг, стратегия цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг и др.

В целом, проведенное Ефременко Е.В. исследование, посвященное цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг, является важным направлением, которое помогает компаниям в сфере услуг приспосабливаться к современным требованиям рынка и использовать потенциал цифровых инструментов для достижения успеха. Эти исследования играют важную роль в понимании тенденций и разработке эффективных стратегий, способствующих улучшению маркетинговых практик и повышению конкурентоспособности компаний на рынке услуг.

Вместе с положительной оценкой положений диссертационного исследования, следует отметить некоторые дискуссионные моменты:

1. В автореферате не нашли отражение следующие современные принципы цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг, что влечет за собой внедрение цифровых технологий и подходов для повышения эффективности маркетинговых мероприятий и улучшения взаимодействия с клиентами:

- интеграция, поскольку цифровая трансформация подразумевает интеграцию различных маркетинговых каналов, таких как веб-сайты, социальные сети, электронная почта и мобильные приложения, что позволяет обеспечить бесшовный пользовательский опыт и повысить эффективность деятельности современных предприятий.


- непрерывное обучение. Маркетинговые задачи, такие как рассылка писем, управление социальными сетями и отслеживание результатов кампаний, могут быть автоматизированы с помощью цифровых инструментов, а автоматизация освобождает маркетологов от рутинных задач и позволяет им сосредоточиться на стратегических аспектах маркетинга. Также цифровая трансформация требует от маркетологов непрерывного обучения новым технологиям и методам, инвестиции в обучение и развитие персонала имеют решающее значение для успешной реализации цифровой трансформации.

2. При оценке уровня готовности предприятия к цифровизации маркетинговой деятельности на рынке услуг (стр. 14, формула 1) автором не учитываются технические возможности и наличие цифровых навыков и знаний у сотрудников предприятия, их открытость к инновациям, общая необходимость подобных перемен на предприятии и поддержка со стороны руководства. Предложенная формула должна предоставлять всестороннюю оценку готовности предприятия к цифровой трансформации маркетинга, учитывая как внутренние, так и внешние факторы. Не понятна интерпретация результатов исследования, возможно автор делает субъективный вывод об очень низкой готовности предприятий сферы консалтинговых и финансовых услуг к цифровизации маркетинговой деятельности.

Следует отметить, что указанные выше замечания не изменяют общей положительной оценки проведенного диссертационного исследования.

Исходя из автореферата, диссертация соискателя является самостоятельным и законченным научным исследованием, обладающим достаточной степенью научной новизны, теоретической и практической значимостью, удовлетворяет требованиям о порядке присуждения ученых степеней и рекомендуется к защите. Автор диссертации, Ефременко Елена Владимировна заслуживает присуждения искомой ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Заведующий кафедрой экономической безопасности СПбГЭУ, д.э.н.  
(08.00.05), доцент



Роман Владимирович Дронов

28.05.2024г.

Сведения о лице, предоставившем отзыв:

ФИО: Дронов Роман Владимирович

Наименование организации: ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Должность: заведующий кафедрой экономической безопасности

Адрес: 191023, г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, литер А

Телефон: (812) 500-43-02

E-mail: dept.keb@unecon.ru

