

В диссертационный совет
24.2.490.01 на базе 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)

Диссертационная работа Ефременко Елены Владимировны посвящена актуальной теме исследования и обусловлена необходимостью технологической модернизации экономики России и ее регионов, обеспечивающей адаптацию маркетинговой деятельности к рыночным изменениям и процессам цифровизации. Среди важнейших приоритетов особое место занимает эффективное использование информационных технологий, создающих условия перехода к цифровой трансформации маркетинга на региональном рынке услуг, что, несомненно, требует использования современных методов управления, отвечающих новым стратегическим приоритетам развития экономики регионов. Растущий интерес к применению цифровых технологий в экономике регионов, в частности, цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг, в целях обеспечения стратегических приоритетов долгосрочного развития в области цифровизации обуславливает своевременность, народно-хозяйственную значимость и актуальность научного исследования Ефременко Е.В.

Достоинством работы является четкость постановки цели и задач, определения объекта и предмета исследования, репрезентативность эмпирической базы, логика изложения материала. В качестве цели диссертационной работы автор определил разработку методологических основ и прикладного инструментария формирования стратегии цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг. Анализ содержания автореферата позволяет сделать вывод о том, что сформулированные и решенные задачи исследования позволили автору реализовать поставленную цель.

Теоретической основой исследования послужили концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных исследователей по вопросам маркетинга услуг, цифрового маркетинга, цифровых технологий,

цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг. Методологической основой исследования стала совокупность методов и приемов научного познания, позволившая реализовать концептуальное единство исследования: диалектический, исторический, системный подходы, систематизация и обобщение – с целью исследования генезиса процесса цифровой трансформации маркетинга на рынке услуг. Для решения поставленных в диссертации задач использовались общенаучные и аналитические методы: анализа и синтеза, индукции и дедукции, восхождения от абстрактного к конкретному. систематизации и обобщения, логическое обобщение, моделирование, мониторинга, экономико-статистические методы, опросы. Изучение основных положений автореферата позволило сформировать вывод, свидетельствующий о практической направленности работы.

Описанные на страницах 4-5 автореферата положения, выносимые на защиту, значимы. Хотелось бы отметить, что весомым вкладом соискателя являются обоснованная маркетинговая стратегия продвижения услуг и механизм ее формирования, дополненная внедрением принципов таргетинга, обеспечивающего точечное воздействие на целевую аудиторию.

Немаловажной следует отметить предложенную бизнес-модель комплексного процесса цифровизации маркетинга на рынке услуг, основанная на сочетании ключевых компонентов: кадры и компетенции, корпоративная культура, цифровая инфраструктура, инвестиции, процессы взаимодействия с клиентами, обеспечивающие реализацию комплекса маркетинга, ориентированного на решение проблем потребителя в процессе получения услуг. Следует сделать акцент на высоком уровне визуальной информативности исследования, которая достигнута за счет использования таблиц, графиков, схем и рисунков.

Положительно оценивая проведенное исследование, в целом, в качестве замечаний можно отметить следующее:

- на страницах 24-25 определены наиболее предпочтительные цифровые инструменты популяризации отдельных видов услуг, где для консалтинговых и финансовых услуг не предусмотрено такое направление как смс-рассылка. Следовало бы дать пояснение отсутствия популяризации данных услуг в указанном направлении;

- на странице 28 следовало бы представить возможные этапы внедрения принципов Маркетинг 5.0.

Указанные замечания имеют дискуссионный характер и не снижают достигнутый уровень результатов, полученных соискателем. В целом содержание автореферата соответствует установленным требованиям и не содержит логических противоречий.

Таким образом, соблюдение соискателем стандартов и требований, предъявляемых к докторским диссертациям, которые четко продемонстрированы в автореферате, позволяет констатировать, что Ефременко Елена Владимировна заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Татьяна Владимировна Кушнарченко, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Заведующий кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» ДГТУ, доктор экономических наук по специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством: региональная экономика, доцент, Почетный работник высшего профессионального образования РФ

Т.В. Кушнарченко

«17» мая 2024 г.

Контакты:

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ДГТУ)

Юридический адрес: 344003, ЮФО, Ростовская область, г.Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

Фактический адрес: 344000, ЮФО, Ростовская область, г.Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

тел.: (863) 273-85-25

e-mail: reception@donstu.ru сайт: <https://donstu.ru/>

