

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Комарницкой Елены Владимировны
**«Формирование маркетинг-ориентированных бизнес-моделей в
условиях цифровой трансформации экономики»**, представленную на
соискание ученой степени доктора экономической наук по специальности
5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Современный этап развития российской экономики характеризуется масштабным проникновением цифровых технологий во все сферы хозяйственной деятельности, что радикально трансформирует механизмы создания и доставки потребительской ценности. Стремительная цифровизация охватывает не только технологические и финансовые секторы, но и традиционные отрасли, включая розничную торговлю, где цифровые инструменты становятся неотъемлемой частью операционной деятельности.

Таким образом, тема диссертационной работы и согласно ней цель, которая заключается в разработке и обосновании теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию маркетинг-ориентированных бизнес-моделей в условиях цифровизации экономики являются актуальными.

Ознакомление с содержанием автореферата позволяет сделать следующие выводы: в диссертационной работе четко определены объект, предмет, цель диссертационной работы, которая состоит в разработке и обосновании теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию маркетинг-ориентированных бизнес-моделей в условиях цифровизации экономики, и основные задачи.

К наиболее важным результатам, определяющим научную новизну диссертации, относятся следующие:

1. теоретические положения формирования маркетинг-ориентированных бизнес-моделей посредством уточнения их содержания, определения ключевых характеристик и выявления векторов трансформации традиционных бизнес-моделей в условиях цифровизации экономики;

2. ценностная архитектура маркетинг-ориентированной бизнес-модели, представленная в виде цепочки создания ценности, которая включает основные процессы создания ценности (идентификация, создание, донесение, доставка и поддержка ценности) и вспомогательные процессы создания ценности (информационно-аналитические процессы, процессы управления рыночными знаниями, процессы инновационно-технологической поддержки, процессы брендинга ценности, процессы координации и адаптации ценности);

3. концептуальные основы формирования маркетинг-ориентированных бизнес-моделей для предприятий розничной торговли;

4. механизм трансляции цифровой идентичности потребителя в структуру маркетинг-ориентированной бизнес-модели предприятий розничной торговли, предусматривающий интерпретацию характеристик

цифровой идентичности посредством атласа потребительского поведения и их последующее преобразование в параметры ценностной архитектуры и ценностного предложения с учетом поколенческих особенностей потребителей;

5. научно-методологический подход оценки готовности маркетинг-ориентированных бизнес-моделей предприятий розничной торговли к цифровой трансформации, основанный на анализе инновационной компоненты бизнес-модели (кадровые инновации, инновации в клиентский опыт, финансовые инновации, маркетинговые инновации, организационно-технологические инновации);

6. научно-методологический подход к оценке функционирования маркетинг-ориентированных бизнес-моделей предприятий розничной торговли;

7. матричная модель адаптивных паттернов в разрезе теории поколений при формировании маркетинг-ориентированных бизнес-моделей предприятий розничной торговли офлайн-, онлайн- и смешанного формата;

8. карта стратегий создания ценности в маркетинг-ориентированных бизнес-моделях предприятий розничной торговли, которая в отличие от существующих, базируется на матричной оценке состояния ценностной архитектуры по параметрам развития основных и вспомогательных процессов создания ценности и обеспечивает выбор и обоснование маркетинговой стратегии.

Для решения поставленных научно-практических задач диссертантом использован разнообразный инструментарий исследования теоретико-методологических проблем. Результаты диссертационной работы нашли практическое применение и внедрение в деятельности предприятий Донецкой Народной Республики.

Опубликованные научные труды автора по названию отражают основные результаты исследования. Выводы диссертационной работы научно обоснованы и имеют учебно-практическое значение.

Замечания и дискуссионные положения:

1. В таблицах 8 (с. 31) и 9 (с. 32) представлены паттерны поведения представителей поколений X, Y и Z при совершении покупок в различных форматах розничной торговли, а также матричная модель адаптивных паттернов. Вместе с тем, в автореферате не раскрыта методология эмпирического исследования, на основе которого были выявлены данные паттерны.

2. В выводах в четвёртом пункте (с. 36) автор ссылается на разработку «тепловой карты потребительских предпочтений для проектирования ценностного предложения в маркетинг-ориентированной бизнес-модели в контексте теории поколений», однако данный графический материал не представлен в автореферате. Учитывая, что тепловая карта является одним из ключевых инструментов трансляции цифровой идентичности потребителя в структуру бизнес-модели (рис. 6, с. 20), её

визуализация в автореферате позволила бы более наглядно продемонстрировать результаты диссертационного исследования

Однако указанные недостатки не снижают научной и практической ценности проведенного исследования.

По своей структуре, объему и оформлению диссертация соответствует требованиям п. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. №842 (с изменениями), предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор – Комарницкая Елена Владимировна – заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Буньковский Владимир Иосифович, даю согласие на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (экономика, организация и управление
предприятиями, отраслями, комплексами: промышленность),
профессор кафедры
менеджмента ФГБОУ ВО «Иркутский
национальный исследовательский
технический университет», профессор



В.И.Буньковский

«04» сентября 2026 г.

Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Иркутский национальный исследовательский технический университет»; 664074, Иркутск, Лермонтова, 83; info@istu.edu; <https://www.istu.edu>; 8 (3952) 405-100.

