

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

Диссертационное исследование Комарницкой Е.В., результаты которого представлены в автореферате, посвящено решению научной проблемы, имеющей важное теоретическое и прикладное значение для развития теории маркетинга в условиях цифровой экономики. Работа выполнена в русле современной парадигмы маркетинга 5.0 и 6.0 и развивает концептуальные представления о бизнес-моделях, интегрирующих процессы создания и воспроизводства потребительской ценности.

Основной научный вклад автора заключается в разработке целостной концепции маркетинг-ориентированной бизнес-модели, обосновании ценностной архитектуры и механизма трансляции цифровой идентичности потребителя в структуру бизнес-модели, что позволяет предприятиям розничной торговли адаптироваться к динамично изменяющемуся потребительскому поведению и повышать свою конкурентоспособность. Эмпирическая часть исследования, базирующаяся на данных предприятий различных форматов (офлайн, онлайн, смешанный), подтверждает практическую значимость разработанных моделей и инструментов.

Следует выделить положения научной новизны:

- 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;
- ценностная архитектура маркетинг-ориентированной бизнес-модели, представленная в виде цепочки создания ценности; концептуальные основы формирования маркетинг-ориентированных бизнес-моделей для предприятий розничной торговли;
- механизм трансляции цифровой идентичности потребителя в структуру маркетинг-ориентированной бизнес-модели предприятий розничной торговли;
- научно-методологический подход оценки готовности маркетинг-ориентированных бизнес-моделей предприятий розничной торговли к цифровой трансформации, основанный на анализе инновационной компоненты бизнес-модели;

- научно-методологический подход к оценке функционирования маркетинг-ориентированных бизнес-моделей предприятий розничной торговли;
- матричная модель адаптивных паттернов в разрезе теории поколений при формировании маркетинг-ориентированных бизнес-моделей предприятий розничной торговли;
- карта стратегий создания ценности в маркетинг-ориентированных бизнес-моделях предприятий розничной торговли.

Теоретическая значимость результатов диссертационной работы заключается в развитии теоретико-методологических положений маркетинга в части формирования маркетинг-ориентированных бизнес-моделей в условиях цифровой трансформации экономики и возрастающей роли потребительской ценности как ключевого фактора обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

К наиболее ценным с практической точки зрения научно-прикладным разработкам следует отнести методологический подход к оценке потребительского поведения в контексте теории поколений, методику оценки ключевых характеристик и процесса создания ценности в маркетинг-ориентированных бизнес-моделях, матричную модель адаптивных паттернов в разрезе теории поколений при формировании маркетинг-ориентированных бизнес-моделей; разработанные стратегии создания ценности в маркетинг-ориентированных бизнес-моделях. Представленные в диссертационной работе научно-методологические разработки и практические рекомендации прошли проверку, одобрены и внедрены в деятельность Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики (справка №12 от 24.03.2026 г.), ООО «ДЛ-В» (справка №178-ОК от 17.03.2026 г.), ООО «Премииум Бонус» (справка №254-474 от 03.04.2026 г.), ООО «Первый республиканский супермаркет» (справка №25 от 03.04.2026 г.).

Автореферат имеет традиционную структуру: введение, основное содержание работы, заключение, список публикаций. Объем автореферата соответствует установленным требованиям. Материал изложен лаконично, последовательно, в достаточной степени детализирован. Основные идеи и результаты проиллюстрированы 13 рисунками и 9 таблицами, что облегчает восприятие материала.

В тоже время в работе присутствует ряд дискуссионных положений:

- в процессах поддержки ценности упоминается «анализ обратной связи» (с. 25 автореферата), но не раскрыто, как организован сбор и обработка отзывов, как используются негативные отзывы для улучшения ценностного предложения, что представляет особую важность для розничной торговли;

– в представленном автореферате маркетинг ориентирован исключительно на максимизацию потребительской ценности и лояльности, без учета того, как это воздействует на общество в целом, что предлагается в рамках концепции маркетинга 5.0 по Котлеру. Автору следовало это учесть при разработке карты стратегий.

Представленные замечания носят исключительно рекомендательный характер, работа оценивается положительно.

Диссертация Комарницкой Е.В. является завершенной, самостоятельно выполненной научно-квалификационной работой, соответствует требованиям п.п. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. №842 (в действующей редакции), 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, Костоглодов Дмитрий Дмитриевич, даю согласие на автоматизированную обработку моих персональных данных, содержащихся в настоящем отзыве, в целях размещения отзыва на официальном сайте организации и в сети «Интернет», а также для включения в аттестационное дело.

Доктор экономических наук (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством), профессор, профессор кафедры маркетинга и рекламы, декан факультета торгового дела ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»



Д.Д. Костоглодов

16 сентября 2026 г.

Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», 344002, Ростовская обл., г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 133, тел. (863) 263-22-83 (внутренний 8-90) e-mail: d.d.kostoglodov@yandex.ru сайт: <https://rsue.ru/>

