

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы
Пятаченко Анны Максимовны «Маркетинговая деятельность
предприятий малого бизнеса в условиях цифровой
трансформации», представленной на соискание ученой степени
кандидата экономических наук по специальности
5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

Трансформация потребительского поведения и цифровизация каналов коммуникации создают новые вызовы для малых предприятий. Современный потребитель постоянно находится в цифровой среде: принимает решения о покупке на основе онлайн-отзывов, сравнивает цены в агрегаторах и ожидает персонализированного предложения в режиме реального времени. В этих условиях традиционные инструменты маркетинга (массовая реклама, офлайн-продвижение) становятся неэффективными, что требует разработки новых теоретико-методологических подходов к организации маркетинговой деятельности именно для сектора МСП, отличающегося ограниченностью ресурсов.

Актуальность темы диссертационного исследования Пятаченко А.М. обусловлена кардинальной сменой парадигмы функционирования субъектов малого предпринимательства в условиях глобальной цифровой трансформации экономики. Цифровизация перестала быть конкурентным преимуществом и превратилась в обязательное условие выживания и развития бизнеса.

Научная новизна диссертационного исследования полностью соответствует паспорту заявленной специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг). К числу наиболее значимых результатов, отражающих личный вклад автора, следует отнести следующие положения, выносимые на защиту:

1. Концептуальный подход к маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации, который в отличие от существующих, консолидирует методологические основы маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса и модель стратегической платформы маркетинга предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации, основой которого является стратегия цифрового маркетинга, формируемая на: цифровых ресурсах, возможностях малого предприятия,

цифровой грамотности и цифровой культуре сотрудников предприятия. (с. 10, рис. 2).

2. Научно-методический подход к оценке цифровой зрелости маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса, который, в отличие от существующих, основывается на следующих доменах: цифровой трансформации маркетинга предприятий малого бизнеса, цифровой зрелости сотрудников отдела маркетинга, взаимодействия отдела маркетинга с клиентами, что позволяет получить комплексное и объективное представление о текущем состоянии цифрового маркетинга на предприятиях малого бизнеса для корректировки стратегии цифрового маркетинга (с. 13, рис. 4).

3. Комплексная модель омниканального маркетинга для предприятий малого бизнеса (с. 15, рис. 5).

Научная новизна и практические предложения, сформулированные Пятаченко А.М. в автореферате, подтверждают глубину проработки темы и высокую степень достоверности полученных результатов. Выводы автора вносят существенный вклад в методологию оценки и создают надежную основу для анализа маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации на рынке Донецкой Народной Республики.

Вместе с тем, признавая несомненную научную ценность работы, необходимо указать на ряд недостатков:

1. В автореферате на странице 7 автор одновременно говорит, что к современным вызовам относится сложность в измерении экономического эффекта маркетинга компаний и о том, что современные элементы цифровой трансформации позволяют измерять эффективность маркетинговых кампаний. Следовало бы уточнить, в чем существует данное противоречие.

2. На стр. 14 упоминается алгоритм формирования маркетинговой системы предприятий малого бизнеса на основе омниканальности, целесообразно было бы его представить графически.

Анализ содержания автореферата позволяет заключить, что диссертационная работа Пятаченко А.М. на тему «Маркетинговая деятельность предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации» представляет собой целостное и завершенное научное исследование. Работу отличает масштабность поставленных задач, оригинальность предлагаемых решений, а также убедительность сформулированных выводов и практических рекомендаций. В автореферате диссертации органично сочетаются теоретические, методологические и прикладные аспекты исследуемой проблемы.

