

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)

Маркетинговая деятельность предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации представляет собой интеграцию цифровых каналов (сайт, соцсети, мессенджеры, маркетплейсы) в единую систему привлечения, удержания и анализа клиентов. Ее суть заключается в переходе от массовых коммуникаций к персонализированному взаимодействию на основе Big Data и автоматизации, что позволяет малым предприятиям повышать эффективность бюджета и адаптироваться к динамичным изменениям рынка.

Необходимость разработки темы обусловлена объективным противоречием: с одной стороны, цифровая среда открывает перед малым бизнесом уникальные возможности для масштабирования и конкуренции с крупными игроками; с другой стороны, существует острый дефицит теоретических знаний и практических методик, адаптированных под ограниченные ресурсы малых предприятий. Без решения этой научной и прикладной задачи малый бизнес обречен на стагнацию, что негативно скажется на экономике в целом.

К числу значимых теоретических результатов автора следует отнести разработку концептуального подхода 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

Вызывает практический интерес сформированная автором маркетинговая система для малых предприятий, основанная на принципах омниканальности, системном подходе и ориентации на потребности клиента, представленная в виде комплексной модели омниканального маркетинга и алгоритма формирования этой системы, что позволяет повысить эффективность маркетинга, обеспечивает персонализированный подход к клиентам и учитывает ограниченность ресурсов малого бизнеса.

Своевременной является предложенная автором архитектура маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации, в основе которой находится цифровая маркетинговая стратегия, обеспечивающая интеграцию и координацию всех маркетинговых мероприятий для создания целостного и эффективного представления малого предприятия в цифровой среде, которая, в отличие от существующих подходов, включает модель целостной системы маркетинга малых предприятий в контексте цифровой трансформации и алгоритм внедрения архитектуры маркетинга предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации.

Автореферат также содержит сведения обо всех опубликованных работах автора (монографиях, статьях, материалах апробации), выполненных в рамках диссертационного исследования.

При анализе автореферата диссертации возникают следующие вопросы и замечания:

1. На стр. 3 автореферата автор упоминает о собственном видении категории «цифровой маркетинг». Полагаем, что следовало бы привести данное определение, выделив его ключевой дифференцирующий признак.

2. На стр. 12 представлен рассчитанный автором интегральный показатель цифровой зрелости маркетинга предприятий малого бизнеса, однако из автореферата не видно, как рассчитываются уровни цифровых доменов, на которых строится данный показатель.

Высказанные замечания носят рекомендательный характер и не снижают общей положительной оценки диссертационного исследования. Судя по содержанию автореферата, диссертация выполнена на высоком профессиональном и научном уровне, отличается самостоятельностью и творческим подходом к решению поставленных задач.

Диссертационная работа Пятаченко Анны Максимовны на тему «Маркетинговая деятельность предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации» полностью соответствует требованиям ВАК, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Капустина Надежда Валерьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Профессор Кафедры логистики
Факультета экономики и бизнеса
федерального государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего образования
«Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»,
доктор экономических наук (08.00.05 – Экономика и
управление народным хозяйством),
доцент



Надежда Валерьевна Капустина

« 31 » августа 2026 г.

Контактные данные:

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Адрес: 125167, Москва, пр-кт Ленинградский, д. 49/2

Телефон: +7 (499) 700-86-00

e-mail: academy@fa.ru

Сайт: [www://](http://www.fa.ru/) <https://www.fa.ru/>

