

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 Пятаченко Анны Максимовны
на тему «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

Тема диссертационного исследования Пятаченко Анны Максимовны является актуальной в силу объективной необходимости адаптации предприятий малого бизнеса к вызовам цифровой экономики. Цифровая трансформация, пронизывающая все сферы экономической деятельности, кардинально меняет поведение потребителей, каналы коммуникации и конкурентные ландшафты. Предприятия малого бизнеса, обладая ограниченными ресурсами, особенно нуждаются в научно обоснованных подходах к перестройке маркетинговой деятельности. Автор справедливо отмечает, что классические маркетинговые концепции нуждаются в адаптации к цифровой среде, а инструментарий цифрового маркетинга требует системного осмысления применительно к специфике малых предприятий. Таким образом, диссертация направлена на решение важной задачи – повышения конкурентоспособности малого бизнеса через эффективное использование цифровых маркетинговых технологий, что соответствует приоритетам государственной политики в области поддержки предпринимательства и цифровизации экономики.

Научная новизна исследования заключается в развитии теоретических положений, разработке методических подходов и практических рекомендаций по формированию маркетинговой деятельности малых предприятий в условиях цифровой трансформации. В числе наиболее значимых результатов, полученных лично автором, следует отметить:

1. Углубление терминологического аппарата – автор предлагает уточненные определения понятий «цифровой маркетинг», «цифровая трансформация маркетинговой деятельности» и «омниканальный маркетинг», которые отражают современные реалии и специфику взаимодействия с потребителями в цифровой среде. Это вносит вклад в теорию маркетинга, систематизируя и конкретизируя ключевые категории.
2. Концептуальный подход к маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса, который консолидирует методологические основы и модель стратегической платформы маркетинга. Особую ценность представляет выделение в качестве базовых элементов цифровой грамотности и цифровой культуры сотрудников, что отражает человеческий фактор в цифровой трансформации.

Результаты апробированы на ряде международных и всероссийских конференций и внедрены в деятельность четырех предприятий малого бизнеса, а также в учебный процесс Донецкого национального университета экономики и торговли, что подтверждено соответствующими справками.

В качестве критических замечаний, не снижающих общей положительной оценки работы, можно отметить:

1. Предложенный методический подход к оценке цифровой зрелости маркетинга основан на экспертных оценках, что вносит элемент субъективности. Желательным было бы более подробное описание процедуры отбора экспертов и проверки

согласованности их мнений, а также возможностей автоматизации сбора данных для регулярного мониторинга.

2. Эмпирическая база исследования ограничена предприятиями Донецкой Народной Республики. Хотя это позволяет получить специфические выводы, для подтверждения универсальности разработанных рекомендаций целесообразно было бы расширить географию апробации на другие регионы РФ с разными уровнями цифрового развития.

Тем не менее, указанные замечания носят характер рекомендаций и не ставят под сомнение общую научную и практическую ценность диссертационной работы.

Диссертационное исследование Пятаченко Анны Максимовны представляет собой завершенное, логически стройное и научно обоснованное исследование, выполненное на высоком теоретическом и методическом уровне. Работа отличается глубиной проработки проблематики, комплексностью подхода, практической ориентированностью и доказательностью выводов. Автор демонстрирует владение современным научным инструментарием и способность формулировать обоснованные рекомендации для хозяйствующих субъектов.

Представленный к рассмотрению материал в полной мере соответствует основным требованиям, предъявляемым к научным исследованиям, и представляет собой актуальную исследовательскую работу, обладающую научной новизной и практической значимостью.

Таким образом, диссертация Пятаченко Анны Максимовны на тему «Маркетинговая деятельность предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации» является законченным научным исследованием и соответствует критериям Положения о присуждении ученых степеней ВАК РФ, а её автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика.

Ведущий научный сотрудник
ГБНУ Академия наук Республики Башкортостан,
кандидат экономических наук, доцент

Сазыкина Марина Юрьевна

15.06.2026

адрес: 450008, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Кирова, дом 15

тел +7(937)477-97-08

e-mail: marina.sazykina.usatu@gmail.com



ГБНУ № 15
А.Ф.