

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)*

Актуальность темы диссертационного исследования Пятаченко А.М. обусловлена масштабными изменениями в рыночной среде, вызванными развитием цифровых технологий. Переход потребителей в онлайн-пространство и смещение конкуренции в цифровую плоскость требуют от малого бизнеса оперативной адаптации. При этом реальная скорость внедрения цифровых инструментов на малых предприятиях остается невысокой, что формирует научный и практический запрос на разработку эффективных, малобюджетных и гибких маркетинговых стратегий.

Представленные в автореферате теоретические положения и методические рекомендации отличаются научной новизной и обладают практической значимостью. Полученные автором результаты непосредственно связаны с поставленными задачами и вносят вклад в научно-теоретическое и методическое обеспечение маркетинговой деятельности малого бизнеса в условиях цифровизации.

Структура работы охватывает широкий круг вопросов: от теоретического осмысления таких категорий, как «цифровой маркетинг», «цифровая трансформация» и «омниканальный маркетинг», до формирования комплексной архитектоники маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса.

Наибольшую практическую ценность представляет авторский концептуальный подход к маркетингу малого бизнеса, объединяющий в себе методологические основы исследования (с. 10, рис. 2) и модель

стратегической платформы маркетинговой деятельности предприятий в условиях цифровизации (с. 11, рис. 3).

Важным результатом диссертационной работы, подтверждающим ее высокий научно-методический уровень, является проведенная автором оценка цифровой зрелости малых предприятий Донецкой Народной Республики (с. 13, рис. 4). Данная оценка успешно построена на консолидации показателей цифровизации маркетинговой деятельности, уровня компетенций сотрудников профильного отдела и эффективности взаимодействия с клиентами.

Признавая научную ценность и логическую завершенность представленной работы, хотелось бы остановиться на некоторых дискуссионных аспектах и высказать пожелания, которые могли бы усилить отдельные положения исследования:

1) На с. 3 автореферата заявляется об углублении понятия «цифровая трансформация», однако развернутое авторское видение сущности данной категории в тексте фактически отсутствует.

2) Предлагая модель омниканального маркетинга для малых предприятий (с. 14), автору следовало провести более глубокий сравнительный анализ с существующими классическими моделями, что существенно усилило бы аргументацию четвертого положения научной новизны.

3) При дальнейшем изучении данной темы рекомендуется более комплексно рассмотреть сложившиеся отечественные научные школы, ставящие акцент на долгосрочном взаимодействии предприятий с потребителем (в частности, фундаментальные труды заслуженного деятеля науки РФ, д.э.н., профессора Г.Л. Багиева и его коллег в рамках ведущей научной школы «Маркетинг взаимодействия»; исследования ученых Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова в области цифровых технологий в маркетинге и др.).

Отмеченные замечания имеют рекомендательный характер и не снижают научно-практической значимости работы и защищаемых положений.

Результаты исследования, отраженные в автореферате, характеризуют диссертацию как законченный научный труд. Работа отличается новизной постановки и решения задач, глубокой проработкой теоретических и прикладных вопросов, а также достоверностью выводов. Диссертация «Маркетинговая деятельность предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации» соответствует требованиям, предъявляемым Высшей аттестационной комиссией (ВАК) РФ к кандидатским диссертациям, а ее автор, Пятаченко Анна Максимовна, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Шабунова Александра Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством, доцент, директор ФГБУН
«Вологодский научный центр Российской академии наук»
Российской академии наук

А.А. Шабунова

«09» 09 2026 г.

Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук»,

Адрес: 160014, Российская Федерация, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а

Телефон (8172) 59-78-03,

E-mail: common@volnc.ru

Сайт организации: www://https://volnc.ru