

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)

Высокая волатильность рынка и последствия экономических шоков (санкционное давление, пандемия, логистические ограничения) продемонстрировали уязвимость малого бизнеса, но одновременно выявили потенциал цифровых инструментов как антикризисного механизма. Переход на электронную коммерцию, использование инструментов экосистем (маркетплейсы, банковские платформы) и digital-аналитики позволяют малым предприятиям не только удерживать клиентов, но и масштабироваться без значительных капитальных вложений.

В свете вышеизложенного, тема диссертации Пятаченко А.М. приобретает особую актуальность. Представленное исследование вносит весомый вклад в теоретическое осмысление вопросов маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации и одновременно предлагает практические инструменты для его применения в специфических условиях экономики Донецкой Народной Республики.

Анализ автореферата позволяет заключить, что цель, объект и предмет исследования полностью соответствуют заявленной теме диссертации. Представленные положения, выносимые на защиту, равно как и сформулированные выводы с рекомендациями, отличаются обоснованностью и достоверностью. Указанные результаты достигнуты благодаря корректному применению обширного методологического аппарата, адекватного поставленным научным задачам. Особого внимания заслуживает продуманная логика изложения материала как в тексте диссертации, так и в автореферате.

В первом разделе диссертационной работы «Становление и теоретическое обоснование маркетинга малого бизнеса в условиях цифровой

трансформации» исследование охватывает вопросы истории развития концепций маркетинга; рассмотрена концептуализация маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации; предложена модель стратегической платформы маркетинга малых предприятий в условиях цифровой трансформации.

Во втором разделе «Цифровая трансформация маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса: состояние и перспективы» рассмотрены особенности функционирования малых предприятий: российский и зарубежный опыт; определено, что под воздействием цифровых технологий и цифрового маркетинга изменились модель поведения потребителей и принятие решений о покупке товара или услуги, что должно учитываться при построении стратегии предприятиями малого бизнеса.

В третьем разделе диссертации «Системное развитие маркетинга малых предприятий в эпоху цифровой трансформации» разработан научно-методический подход к оценке цифровой зрелости маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса; сформирована маркетинговая система предприятий малого бизнеса на основе омниканальности; разработана архитектура маркетинга предприятий малого бизнеса в контексте цифровой трансформации.

Новизна полученных результатов определяется авторским подходом к формированию методического инструментария и развитию теоретических положений, обеспечивающих повышение уровня маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса в условиях цифровой трансформации.

Отмечая высокий уровень выполненного исследования, его новизну и целостность, вместе с тем следует высказать ряд дискуссионных замечаний и пожеланий, не снижающих общей положительной оценки работы:

1. В автореферате на стр.12-13 предложен научно-методический подход к цифровой зрелости, целесообразно было бы уточнить, почему данный подход основывается на трех доменах.

2. Не нашла практическую реализацию карта пути клиента, которую автор предлагает разработать на стр. 14 автореферата.

В целом, анализ содержания автореферата позволяет заключить, что диссертация Пятаченко Анны Максимовны отвечает всем критериям, установленным для кандидатских диссертаций, а ее автор заслуживает

присуждения искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Сиволап Лариса Анатольевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.04 – Экономика и управление предприятиями
(по видам экономической деятельности), доцент,
ректор ФГБОУ ВО «Мариупольский
государственный университет
имени А.И. Куинджи»

Лариса Анатольевна Сиволап

«10» 09 2026 г.



*Подпись
Л.А. Сиволап
давшего.
Личный секретарь
О. (Трагеев Т.Н.)*

Контактные данные:

ФГБОУ ВО «МГУ имени А.И. Куинджи»

Адрес: 287537, Донецкая Народная Республика,
г. Мариуполь, пр-кт Строителей, д. 129А

E-mail: registrat@mgumariupol.ru

Сайт организации: <https://mgumariupol.ru/sveden/common/>