

ОТЗЫВ

на автореферат диссертационной работы Ворониной Оксаны Владимировны на тему «Векторы маркетингового развития цифровой торговли в инновационной экономике», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

В последние годы цифровая торговля стремительно развивается и занимает все большую долю рынка. Применение маркетинга в этой сфере позволяет определить эффективные стратегии и методы продвижения, адаптировать продукты и услуги под нужды онлайн-потребителей, применять новые инструменты и технологии с целью эффективного взаимодействия с клиентами и улучшении пользовательского опыта. Поэтому определение векторов маркетингового развития цифровой торговли является актуальным и необходимым для достижения успехов и высокого уровня конкурентоспособности.

В диссертационной работе четко определены цель, объект и предмет исследования. Цель работы конкретизирована в поставленных задачах, решение которых определило научную новизну диссертации.

Оценивая новизну выводов и рекомендаций, изложенных в автореферате, важно отметить, что автором дополнены и развиты теоретические положения маркетингового развития цифровой торговли посредством уточнения и определения ключевых концептов маркетинга; разработана парадигма маркетинг-ориентированного инновационного развития цифровой экономики; предложена экосистема цифровой торговли; сформирован механизм взаимодействия бизнеса и покупателей на основе точек соприкосновения в фокусе развития цифровых маркетинговых технологий продвижения товаров и услуг; обоснован механизм маркетингового развития цифровой торговли с ориентацией на цифровое поведение потребителей; разработана концепция маркетингового развития цифровой розничной торговли.

Положительно следует отметить предложенный автором механизм взаимодействия бизнеса и покупателей на основе точек соприкосновения в фокусе развития цифровых маркетинговых технологий продвижения товаров и услуг, основанный на последовательности цифровых контактов пользователя и бизнеса, позволяющий формировать непрерывный и персонализированный покупательский опыт (с. 11-13).

Обращает на себя внимание концепция маркетингового развития цифровой розничной торговли, которая включает экономическую и организационную компоненты, формирующие единую системную основу для эффективного управления бизнесом в цифровой среде с использованием интеграции материальных и информационных потоков, маркетингового инструментария, цифровых платформ и искусственного интеллекта и разработку кадрового состава для цифровой торговли (с. 17-19).

Отметим, что комплексный характер и завершенность рассматриваемых положений диссертационной работы подтверждают ее научную новизну и практическую значимость. Достоверность выводов и практических рекомендаций подтверждается четко выстроенной научной аргументацией.

Результаты исследования автора одобрены и внедрены в деятельность ООО «МИРАРТ ИВЕНТ» (справка о внедрении № 19-11/01 от 19.11.2024 г.), ООО ПК «Император» (справка о внедрении № 53 от 21.11.2024 г.), ООО «МЕДИКОДОН ПЛЮС» (справка о внедрении № 319-04/11-24 от 18.11.2024 г.), ООО «Евразия» (справка о внедрении № 15 от 19.11.2024 г.), ООО «МКД ТРЕЙД» (справка о внедрении № 07.4/25 от 30.01.2025 г.).

По результатам проведенного исследования опубликовано 14 научных работах, в том числе 11 статей в рецензируемых научных изданиях, 3 работы апробационного характера. Общий объем публикаций – 5,12 печ. л., из которых 4,93 печ. л. принадлежит лично автору.

Вместе с тем, необходимо отметить, что в автореферате целесообразно было дать более развернутую характеристику аналитической адаптивности, как одного из ключевых концептов маркетинга в цифровой торговле (с. 7).

Также автор в предложенной экосистеме цифровой торговли акцентирует внимание на использовании цифрового маркетингового инструментария «...для реализации маркетинговых стратегий и достижения коммерческих целей в цифровой среде», но по тексту автореферата содержание маркетинговых стратегий не раскрыто.

Тем не менее, данные замечания не снижают общей научно-практической ценности проведенного исследования.

В целом, диссертация представляет собой завершенное научное исследование, обладающее необходимым уровнем научной новизны, теоретической и практической значимости для становления института услуг в экономике знаний, соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, а ее автор – Воронина Оксана Владимировна – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Доктор экономических наук (08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством), профессор, заведующий кафедрой экономики и управления
ФГБОУ ВО «Донбасский государственный технический университет»



Н.В. Коваленко

«26» ноября 2025 г.

Подпись Коваленко Н.В. удостоверяю
Ведущий специалист по кадрам



О.И. Лемешко

Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донбасский государственный технический университет»
294204, Луганская Народная Республика, г. Алчевск, пр. Ленина, 16
тел. +7 (85742) 2-60-43,
e-mail: info@dstu.education