

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации **Возиянова Дмитрия Эдуардовича**
«Формирование системы цифрового маркетинга в деятельности
предприятий розничной торговли», представленной на соискание ученой
степени доктора экономических наук, по специальности
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

В мире нарастают процессы, требующие новых подходов и трансформации взглядов на управление маркетингом. Развитие информационного общества, смарт-экономики, процессов глобализации вызывают необходимость использования цифрового маркетинга, при этом сама парадигма цифрового маркетинга постоянно развивается, создавая условия для успешного развития и конкурентного позиционирования бизнеса. Современные экономические условия в мире и в России, глобализация и ускорение процессов развития рынков, технологий, социально-политических факторов, развитие информационного общества, увеличение динамики и объемов деловой информации требуют постоянного совершенствования форм и методов управления цифровым маркетингом.

В первом разделе диссертационной работы автор исследовал теоретический базис становления и развития цифрового маркетинга. Особого внимания заслуживает представленное обоснование концепции формирования системы цифрового маркетинга для предприятий розничной торговли.

Во втором разделе соискателем были проведены исследования изучения практики применения цифрового маркетинга и цифровых экосистем на современных потребительских рынках и так же степень использования инструментария цифрового маркетинга в деятельности торговых предприятий ДНР.

Из проведенных автором исследований в третьем разделе следует, что цифровой мерчандайзинг представляет собой систему мероприятий, осуществляемых в микромире магазина (торговой сети), направленных на создание у покупателей ощущаемой для них ценности (удобств, выгод и т.п.)

при совершении покупки, увеличивающих лояльность и создающих основу для его приверженности бренду торговой сети с использованием возможностей цифровизации, а также проведен мониторинг инноваций для маркетинга и мерчандайзинга в ритейле и установлено, что высокотехнологичные решения для продуктового ритейла сетевого формата целесообразно подразделить на: помогающие сделать выбор; подталкивающие к покупке; снимающие сомнения у покупателя.

В четвертом разделе автор дал определение агрессивно-негативному цифровому маркетингу и обосновал механизм его функционирования, а в пятом разделе был отражен авторский подход к осуществлению моделирования организационно-информационного дизайна системы управления цифровым маркетингом предприятия розничной торговли сетевого формата.

Согласно традиционной структуре и логике изложения материала, в автореферате Возиянова Д.Э. представлена актуальность, раскрыты задачи диссертационного исследования, его научная новизна, сформулированы предмет и объект исследования, определены область применения основных выводов и рекомендаций. Представленный автором автореферат свидетельствует о том, что работа выполнена на высоком уровне, поскольку соискателем рассмотрен и проанализирован широкий спектр теоретических и практических результатов ведущих отечественных и зарубежных ученых по заявленной проблематике.

Однако вместе с тем, по работе исходя из рассмотрения автореферата имеются замечания:

1. В автореферате автор изучает экосистемы B2C, B2B, C2B, C2C (стр. 6), а в таблице 1 на странице 14 исследовал только B2C сегмент, следовало бы уделить внимание и остальным сегментам экосистемы.

2. Автором разработана схема традиционных и новых профессий в маркетинге в условиях цифровизации и омниканальности в ритейле (рис. 9), целесообразно было указать насколько они применимы на практике в ДНР.

Диссертационная работа Возиянова Дмитрия Эдуардовича на тему: «Формирование системы цифрового маркетинга в деятельности предприятий розничной торговли» соответствует требованиям, предъявляемым ВАК к

докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Гонова Ольга Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук
(08.00.13 Математические и
инструментальные методы экономики), доцент,
заведующий кафедрой экономики, менеджмента и
цифровых технологий, профессор
ФГБОУ ВО Ивановская ГСХА

Ольга Владимировна Гонова

Контактные данные:

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Ивановская государственная сельскохозяйственная академия
им. Д.К. Беляева»

Юридический адрес: 153012, г. Иваново, ул. Советская, д 45

Контактный факс: (4932) 32-81-44

Адреса электронной почты: rektorat@ivgsha.ru

Подпись Гоновой О.В. заверяю:
Ученый секретарь ФГБОУ ВО Ивановская ГСХА,
К. с.-х.н., доцент



А.Э. Лощина

28.04.2023