

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Возиянова Дмитрия Эдуардовича
на тему: «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)

Актуальность исследования Д.Э. Возиянова обусловлена неустанно возрастающим значением цифровых технологий в маркетинге. Это неизбежно вынуждает предприятия внедрять соответствующие механизмы, модели, алгоритмы, подходы к цифровизации маркетинга. Четкое понимание сказанного, позволило автору поставить актуальную цель исследования, которая связана с обоснованием и разработкой теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию системы цифрового маркетинга в деятельности предприятий розничной торговли.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг) в части пунктов: п. 10.1 «Теория маркетинга»; 10.5 «Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов»; 10.9 «Поведение потребителей как фактор определения маркетинговых стратегий»; 10.15 «Технологии маркетинга в интернет-среде».

В свою очередь, гипотеза исследования заключается в том, что в деятельности современных предприятий розничной торговли для максимального удовлетворения ими потребительских предпочтений покупателей, являющихся покупателями-пользователями и выработки адекватных стратегий, необходимо формирование системы цифрового маркетинга, а именно – цифрового эко-системного маркетинга, что потребовало разработки научно-методических подходов к ее организации и функционированию в условиях нестабильной внешней среды, включая моделирование организационно-информационного дизайна системы управления цифровым маркетингом розничной торговой сети; методику формирования стратегии экосистемного цифрового маркетинга в предприятии розничной торговой сети в условиях неопределенности будущего; комплекса маркетинга и подходов к разработке отдельных элементов стратегии экосистемного цифрового маркетинга.

К наиболее значимым результатам выполненного исследования, содержащим элементы научной новизны следует отнести: концепцию формирования системы цифрового маркетинга для предприятий розничной торговли; методологическую модель формирования экосистемного цифрового маркетинга для предприятий розничной торговли сетевого формата; научно-методический подход к формированию омни-комплекса маркетинга и отдельных элементов стратегии экосистемного цифрового маркетинга; научный подход к цифровому мерчандайзингу предприятий розничной торговли сетевого формата; модель маркетинга локаций для

предприятия розничной торговли сетевого формата; модель формирования цифрового следа; научно-методологический подход к формированию стратегии экосистемного цифрового маркетинга предприятия розничной торговли.

В качестве замечаний следует отметить:

1. Автору следовало бы большее внимание уделить раскрытию особенностей формирования «цифровой институционально-маркетинговой среды» в Российской Федерации.

2. Отдавая должное безусловной значимости, предложенной на рисунке 13 автореферата модели формирования омни-комплекса маркетинга и отдельных элементов стратегии экосистемного цифрового маркетинга, уместно было бы дополнительно пояснить логику выделения ее элементов и особенности взаимосвязей между ними.

Однако представленные замечания носят рекомендательный характер и не снижают общую высокую оценку работы и полученных результатов.

Общий вывод: диссертационная работа Возиянова Дмитрия Эдуардовича на тему: «Формирование системы цифрового маркетинга в деятельности предприятий розничной торговли» представляет собой самостоятельное завершённое исследование. По своей структуре, объёму и оформлению диссертация соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени доктора экономических наук, а ее автор – заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Ободец Роман Васильевич, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»
(региональная экономика), доцент,

проректор по научной и организационной работе,

ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан»

Р.В. Ободец



Подпись *Ободец Р.В.*
Заверяю *Бураева В.Н.*
Заведующий канцелярией
ГБОУ ВО «Башкирская академия
государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан»
2023 г.

Контактные данные:

ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления при Главе
Республики Башкортостан»

450008, РФ, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д.40,

Тел.: +7 (347) 272-10-77

e-mail: bagsu@bagsurb.ru.

<https://bagsurb.ru/>