

ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104,
д.э.н., профессора **Карповой Светланы Васильевны**
на диссертацию **Ежовой Лилии Альбертовны** на тему «Интегрированная
система маркетинговой информации в закупочной деятельности
государственных организаций», представленную на соискание учёной
степени кандидата наук по научным специальностям 5.2.3. «Региональная и
отраслевая экономика: маркетинг»

Ежова Лилия Альбертовна представила диссертацию
на тему: «Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной
деятельности государственных организаций» на соискание учёной степени
кандидата наук к публичному рассмотрению и защите по научной
специальности 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика: маркетинг».

Содержание диссертации полностью соответствует
п. 10.7. «Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой
информации. Маркетинговая аналитика», п. 10.15. «Технологии маркетинга в
интернет-среде» Паспорта научной специальности 5.2.3. «Региональная и
отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки)».

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите
диссертации. Отмечаю, что:

1. Соискатель учёной степени Ежова Лилия Альбертовна предложила
значимые для науки и практики научные положения:

– обоснована необходимость и целесообразность интеграции методов,
используемых в маркетинговых исследованиях закупочной деятельности
государственных организаций, расширяющая существующие представления о
функциях маркетинга и его роли в повышении эффективности
государственных закупок. Предложено использовать методы прогнозной
аналитики и экспертной оценки (методы Дельфи, индексная группировка) для
более точного определения ценовой стратегии и выбора наиболее подходящих
поставщиков; количественные и качественные методы анализа (ABC-анализ и
другие), позволяющие повысить эффективность маркетинговых исследований

и сократить затраты времени и ресурсов на проведение государственных закупок (С. 42–57);

- соискатель учёной степени Ежова Лилия Альбертовна ввела в научный оборот следующие новые научные результаты:

- разработан алгоритм проверки соответствия характеристик товара и поставщиков заявленным требованиям в закупочной документации на основе автоматического сбора информации с маркетплейсов. Отличительной чертой алгоритма является применение современных инструментов (парсеров) сбора информации, использующих широкий охват различных предложений и предоставляющих актуальную и полную маркетинговую информацию для принятия управленческих решений государственными заказчиками о товарах, ценах, конкурентах и участниках закупки (С. 59–68);

- предложена укрупненная схема формирования структурированного контракта на осуществление государственной закупки в маркетинговой интернет-среде, в которой выделено применение машиночитаемой технологии с целью составления заявки на закупку в автоматическом режиме. В отличие от традиционных способов машиночитаемая технология способна к анализу и обработке объемных текстов, сопоставлению старых и новых законодательных актов, проверке различных документов в автоматическом режиме, что исключает риски ошибок и потерь важных сведений, качественно влияет на процесс принятия управленческих решений в сфере государственных закупок, и вносит значительный вклад в оптимизацию маркетинговых коммуникаций и улучшение клиентского опыта государственных заказчиков (С. 66-76);

- построены модели регрессии и классификации в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, позволяющие оценивать риск их неисполнения заказчиком, осуществлять более точный SWOT-анализ рынка гос. закупок (С. 76–116);

- обоснованы предложения по применению интегрированного подхода в проведении маркетинговых исследований закупочной деятельности

государственных заказчиков, реализуемых через создание архитектуры интеллектуальной интегрированной системы маркетинговой информации. В отличие от существующих, предложенный интегрированный подход использует маркетинговые инструменты и возможности, которые предоставляют современные интеллектуальные технологии и аналитические средства в интернет-среде (С. 120–142).

2. Диссертация «Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной деятельности государственных организаций» обладает внутренним единством, основанном на использовании аналитического и системного подходов к изучению объекта исследования, обусловлена научной обоснованностью и непротиворечивостью теоретико-методических позиций, использованием данных, полученных из официальных источников. Соискателем профессионально использованы общенаучные и специальные методы исследования, современные методики сбора и обработки информации, включая опросы, методы экспертных оценок и моделирования процессов.

3. Обоснованность положений и выводов диссертации «Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной деятельности государственных организаций» подтверждена следующими аргументами: цифровизация закупочной деятельности государственных организаций РФ, основанная на интегрированной системе маркетинговой информации, направлена на решение проблем информатизации и повышение удовлетворенности участников процесса. В рамках предложенной системы реализованы следующие ключевые компоненты, способствующие повышению эффективности и прозрачности закупочного процесса: разработана укрупненная схема формирования структурированного контракта, использующая машиночитаемую технологию для автоматического составления заявок на закупку; построены модели регрессии и классификации в сфере государственных закупок, позволяющие оценивать риск неисполнения контрактов. Внедрение предложенных решений способствует созданию

современной и эффективной системы гос. закупок, ориентированной на обеспечение прозрачности и конкурентоспособности процессов.

4. Результаты диссертации «Интегрированная система маркетинговой информации в закупочной деятельности государственных организаций» могут найти практическое применение в деятельности государственных организаций Российской Федерации, поскольку подтверждены следующими аргументами: вынесенные на защиту положения научной новизны можно интерпретировать как дальнейшее развитие теории и практики маркетинга и информационных систем для повышения эффективности цифровизации гос. закупок.

Достоверность выносимых на защиту положений и результатов исследования опирается на выверенную логику исследования, использование надежных методов и алгоритмов решения исходных задач, достоверность исходных данных и подтверждается использованием результатов в практической деятельности.

Предлагаемый подход обладает самостоятельной ценностью, представляя собой технологическую модель для внедрения интегрированной системы маркетинговой информации в закупочной деятельности государственных организаций. В основе модели лежит алгоритм, в котором предусмотрены девять последовательных процессов проверки: получение данных из закупочной документации, парсинга маркетплейсов, сравнения артикулов товаров и их характеристик, анализа цен, их сравнения с историческими данными и определения оптимальной цены, проверка условий доставки гарантийных обязательств, анализ репутации и отзывов поставщиков. На каждом этапе происходит проверка соответствия данных установленным критериям и выявление потенциальных несоответствий, что дает возможность обеспечить многоуровневый контроль качества информации, а также снизить вероятность принятия ошибочных решений. Представлено видение будущего процесса закупочной деятельности государственных организаций с интегрированной системой маркетинговой информации, позволяет расширить спектр технологий и повысить

эффективность процесса закупок, что способствует оптимизации работы как для государственных заказчиков, так и для поставщиков.

Материалы диссертационного исследования использовались Кафедрой бизнес-информатики Факультета информационных технологий и анализа больших данных Финансового университета в преподавании учебной дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» для направления подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика» по профилям подготовки «ИТ-менеджмент в бизнесе» и «Технологии цифровых бизнес-моделей».

5. Диссертация содержит сведения о личном вкладе Ежовой Лилии Альбертовны, который выразился в четкой формулировке актуальности темы исследования, степени научной разработанности темы исследования; установлении объекта исследования, предмета исследования, области исследования, целей и задач исследования; разработке теоретической основы диссертационного исследования; определении информационной базы исследования; обосновании научной новизны исследования и положений, выносимых на защиту, теоретической и практической значимости исследования, степени достоверности и апробации результатов исследования.

6. Все материалы или отдельные результаты, заимствованные Ежовой Лилией Альбертовной из чужих текстов (работ), оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования. Соискатель учёной степени Ежова Лилия Альбертовна указала лично полученные результаты.

7. Основные научные результаты исследования опубликованы в 9 научных статьях объемом 3,82 п.л. (авторский объем – 2,82 п.л.), в том числе 7 работ общим объемом 3,42 п.л. (авторский объем – 2,42 п.л.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

8. Соискатель учёной степени Ежова Лилия Альбертовна в ходе работы над диссертацией и подготовки к публичной защите показала себя как

квалифицированный исследователь, способный четко поставить и разработать научную задачу, детально рассмотреть совокупность теоретических и методических подходов к процедуре проведения маркетинговых исследований и принятия эффективных маркетинговых решений в процессе организации и управления процессами государственных закупок в интернет-среде. Автор продемонстрировал все необходимые профессиональные умения и навыки, позволившие ему изучить маркетинговые исследования в государственных закупках.

Заявленная автором научная новизна исследования заключается в улучшении системы государственных закупок в части многоаспектного анализа маркетинговой информации при отборе поставщика по цене, срокам и другим критериям, расширения методов и инструментов маркетинговой аналитики на каждом этапе процедур заключения и исполнения контрактов сфере государственных закупок.

В качестве предложений автору рекомендуется провести более детальную оценку экономической эффективности внедрения предложенной схемы формирования структурированного контракта и машиночитаемой технологии. Необходимо оценить затраты на разработку и внедрение системы, а также экономию времени и ресурсов, достигаемую за счет автоматизации процессов.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация:

- 1) соответствует заявленным научным специальностям и может быть допущена к защите;
- 2) соответствует установленным критериям и требованиям.

Д.э.н., проф. Карпова Светлана Васильевна

«21» мая 2025 г.

итета
ухова
15 г.

ет
л.
г.